ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: збірник авторських розробок

ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ISBN 978-966-655-996-1
ISSN 2786-619-X

1 (1)
2021

ІННОВАЦІЙНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА
Електронне продовжуване видання

ІННОВАЦІЙНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

Електронне продовжуване видання
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Випуск 1(1)

ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
збірник авторських розробок

МЕТОДИЧНІ РОЗРОБКИ УРОКІВ
ПРАКТИКУМ
ПОЗАНАВЧАЛЬНІ ЗАХОДИ
МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
БІЗНЕС-ПЛАНИ
ПРОЄКТИ

Житомир
«Полісся»
2021

УДК 377/378:[316.334.23:005.336.2]
І-66

Рекомендовано Вченою радою Інституту професійно-технічної освіти НАПН України (протокол № 10 від 04 жовтня 2021 року)

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ
ВИПУСКУ 1(1)'2021
Л.М. Єршова
Г.М. Сохацька
Л.І. Шевчук
О.Л. Шамралюк
Т.О. Русланова
О.І. Горєнкова

Рецензенти:

Пригодій Микола Анатолійович, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри промислової інженерії та сервісу Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.
Артюшина Марина Віталіївна, доктор педагогічних наук, професор, завідувач кафедри педагогіки та психології Київського національного університету імені Вадима Гетьмана.

І-66 **Інноваційна професійна освіта**. – Випуск 1(1). – Підготовка до підприємницької діяльності: збірник авторських розробок / за ред. Єршової Л.М., Сохацької Г.В., Шевчук Л.І., Шамралюк О.Л., Руслановї Т.О., Горенкової О.І. – Житомир: Полісся, 2021. – 338 с.

ISBN 978-966-655-996-1
ISSN 2786-619-X

«Підготовка до підприємницької діяльності: збірник авторських розробок» є першим випуском електронного продовжуваного видання «Інноваційна професійна освіта», заснованого Інститутом професійно-технічної освіти НАПН України у 2021 р. Видання містить авторські матеріали з розвитку підприємницької компетентності та формування готовності до підприємницької діяльності учнів закладів професійної (професійно-технічної) освіти: методичні розробки уроків, практикум, матеріали для проведення позанавчальних заходів, методичні рекомендації, бізнес-плани та проєкти. Представлені розробки підготовлені в межах експериментів всеукраїнського рівня на базі: ДНЗ «ВПУ № 11 м. Хмельницького» та Науково-методичному центрі професійно-технічної освіти та підвищення кваліфікації інженерно-педагогічних працівників у Хмельницькій області (Наказ МОН України від 12.11.2018 р. № 1227), Науково-методичного центру професійно-технічної освіти у Харківській області; ДНЗ «Вінницький центр професійно-технічної освіти переробної промисловості»; ДНЗ «Львівське вище професійне художнє училище»; ДНЗ «Одеське вище професійне училище торгівлі та технологій харчування»; ДНЗ «Регіональний центр професійної освіти швейного виробництва та сфери послуг Харківської області»; ДНЗ «Черкаський професійний автодорожній ліцей» (Наказ МОН України від 28.05.2019 р. №742).

Для викладачів закладів професійної (професійно-технічної) освіти, методистів, психологів і соціальних педагогів, науковців, співробітників центрів кар'єри, бізнес-центрів та інших структурних підрозділів закладів освіти, діяльність яких пов'язана з формуванням кар'єрної та підприємницької компетентності майбутніх кваліфікованих робітників.

УДК 377/378:[316.334.23:005.336.2]

ISBN 978-966-655-996-1
ISSN 2786-619-X
DOI https://doi.org/10.32835/2786-619-X/2021/1.1

© Інститут професійно-технічної освіти НАПН України, 2021
© НМЦ ПТО ПК у Хмельницькій області, 2021
© НМЦ ПТО у Харківській області, 2021
© Автори, 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА 6

Розділ 1 МЕТОДИЧНІ РОЗРОБКИ УРОКІВ 8

ОСОБИСТІСТЬ ПІДПРИЄМЦЯ, ЙОГО ФУНКЦІЇ ТА ДІЛОВІ ЯКОСТІ (Шклярук Л.В.) 9

ПОНЯТТЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА. ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА (Доротюк О.В.) 14

СИСТЕМА ПІДПРИЄМНИЦТВА (Дранічнікова В.А.) 25

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ (Дранічнікова В.А.) 33

ТЕХНОЛОГІЯ ЗАСНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ: семінарське заняття (Максимчук Г.І.) 41

ВИМОГИ ДО ВИБОРУ ПАРТНЕРА ПО БІЗНЕСУ (Попіль Н.О.) 46

ВИТРАТИ ТА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМЦЯ (Шклярук Л.В.) 57

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ (Салабай Н.С.) 62

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ЇЇ ЗАХИСТ (Доротюк О.В.) 66

ПОДАТКОВО-БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ (Зінчук Г.В.) 74

ПОДАТКОВА СИСТЕМА ДЕРЖАВИ (Зінчук Г.В.) 78

ВИДИ ПОДАТКІВ (Зінчук Г.В.) 85

ВІДСОТКИ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ. ЗАДАЧІ З ЖИТТЄВИМ НАВАНТАЖЕННЯМ (Колоднюк О.В.) 109

МЕТОДИ РИНКОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ (Мельничук Г.О.), ... 117

ДОХОДИ ТА ЇХ РОЗПОДІЛ (Павлішина А.А.) 122

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО (Попіль Н.О.) 127

КАНАЛ ЗБУТУ: ЙОГО ФУНКЦІЇ І ВИДИ (Томчук О.О.) 141

СТВОРЕНЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УМОВАХ КАРАНТИНУ (урок виробничого навчання ..... з використанням змішаної форми навчання) (Філіпова А.В.) 147

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ (Селізар В.М., Кедис Л.А.) 170

Розділ 2. ПРАКТИКУМ 187

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: практикум (Селізар В.М., Кедис Л.А.) 188

Завдання 1. НАСТАНОВЧО-МОТИВАЦІЙНЕ ЗАНЯТТЯ 189

Завдання 2. “НАВІЩО МЕНІ СКЛАДАТИ БІЗНЕС-ПЛАН?” 191

Завдання 3. ЯК ПРОВОДИТИ ПЕРЕГОВОРИ? 194

Завдання 4. ЯК ЗДОБУТИ ПІДТРИМКУ ВЛАСНОЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ? 196

Завдання 5. ЯК ПЕРЕВІРИТИ ІНФОРМАЦІЮ ДЛЯ МОГО БІЗНЕС-ПЛАНУ? 197

Завдання 6. ЯК РОЗРОБИТИ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН? 199

Завдання 7. ПІДСУМКОВЕ ЗАВДАННЯ 209

Розділ 3. ПОЗАНАВЧАЛЬНІ ЗАХОДИ 210

ЕКОНОМІЧНИЙ БРЕЙН-РИНГ: конкурс (Мельникова Т.О.).....211

КАР'ЄРНІ СХОДИНКИ: ВІД ФАХІВЦЯ ДО ПІДПРИЄМЦЯ: ділова гра (Маринка-Сиром'ятнікова О.В.).....216

Розділ 4. БІЗНЕС-ПЛАНИ. ПРОЄКТИ.....230

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: бізнес-план організації малярно-кузовного цеху (Селізар В.М., Кедис Л.А.).....231

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ДИТЯЧОМУ КАФЕ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ «БАЛУ» (Іщенко О.М.).....240

МОЇ КРОКИ ДО ВЛАСНОЇ СПРАВИ: САЛОН «MAMA BEAUTY»: практично орієнтований проєкт (Полякова Л.І.) 249

ЛІТНЯ ШКОЛА МИСТЕЦТВ: проєкт (Годна О.В.).....262

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЖИВАННЯ ВІДПОЧИВАЮЧИХ У СІЛЬСЬКІЙ САДИБІ «ГОСТИННИЙ ДВІР» У СЕЛІ БРАГА КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ: учнівський проєкт (Дранічнікова В.А.).....267

«ДУХМЯНЕ ЗАДОВОЛЕННЯ»: проєкт бізнес-плану на створення кав'ярні-пекарні (Деліта І.О.) 273

«ФРІЛАНС НАВПАКИ»: бізнес-проєкт (Загородня О.М., Михальчук К.) 282

Розділ 5. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ……..286

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА: методичні рекомендації (Ткаченко М.В.) ……..……..….. 287

Розділ 6. З ДОСВІДУ 321

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ НА УРОКАХ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ (Шарикіна А.С.)……..... 322

МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ (Філіпова А.В.) ……..…… 328

ПЕРЕДМОВА

Ініціативність і підприємливість є важливими якостями особистості, пов'язаними з ключовими навичками XXI століття (комплексне розв'язання проблем, критичне мислення, креативність, управління людьми і взаємодія з іншими, емоційний інтелект, уміння формувати власну думку та приймати рішення, орієнтація на клієнтів, ведення переговорів, гнучкість розуму). Ці якості допомагають особистості генерувати нові ідеї та втілювати їх у життя, підвищувати власний соціальний статус і добробут, сприяти розвитку суспільства й держави.

Формування у майбутніх кваліфікованих робітників підприємницької компетентності та готовності до підприємницької діяльності допоможе випускникам закладів професійної (професійно-технічної) освіти краще орієнтуватись у стрімких змінах ринку праці, знаходити гідну роботу за фахом чи відкривати власну справу. Здатність майбутніх фахівців до самозайнятості безперечно сприятиме досягненню соціального та економічного ефекту, що виражатиметься через зменшення рівня безробіття, підсилення ролі молодіжного підприємницького сегменту, зміцнення середнього класу, зростання рівня податкових надходжень до бюджету країни тощо.

Інститутом професійно-технічної освіти НАПН України засновано продовжуване видання «Інноваційна освітня діяльність», до якого входить серія «Підготовка до підприємництва». Видання «Підготовка до підприємницької діяльності: збірник авторських розробок» – є першою книгою в даній серії. Книга містить авторські матеріали з розвитку підприємницької компетентності та формування готовності учнів закладів професійної (професійно-технічної) освіти до підприємницької діяльності: методичні розробки уроків, практикум, матеріали для проведення позанавчальних заходів, методичні рекомендації, бізнес-плани та проєкти.

Більшість авторів – учасники інноваційної освітньої діяльності, що здійснюється в межах експериментів всеукраїнського рівня під науковим керівництвом лабораторії професійної кар'єри Інституту професійно-технічної освіти НАПН України. Представлені розробки підготовлені в межах програми експериментальних заходів, що реалізовувалися на базі: ДН «ВПУ № 11 м. Хмельницького» та Науково-методичного центру професійно-технічної освіти та підвищення кваліфікації інженерно-педагогічних працівників у Хмельницькій області (Наказ МОН України від 12.11.2018 р. № 1227), Науково-методичного центру професійно-технічної освіти у Харківській області; ДНЗ «Вінницький центр професійно-технічної освіти переробної промисловості»; ДНЗ «Львівське вище професійне художнє училище»; ДНЗ «Одеське вище професійне училище торгівлі та технологій харчування»; ДНЗ «Регіональний центр професійної освіти швейного виробництва та сфери послуг Харківської

області»; ДНЗ «Черкаський професійний автодорожній ліцей» (Наказ МОН України від 28.05.2019 р. №742). Крім того, до збірки увійшли творчі роботи викладачів інших закладів освіти, які відгукнулися на пропозицію навчально-методичних центрів щодо участі в популяризації кращих освітніх практик з підготовки молоді до підприємницької діяльності.

Запропоновані у виданні авторські розробки уроків можуть бути використані при підготовці до різних дисциплін, що викладаються в закладах професійної (професійно-технічної) освіти: «Основи підприємництва», «Основи галузевої економіки», «Основи галузевої економіки і підприємництва», «Підприємницька діяльність», «Ринкові дослідження», «Ціноутворення», «Комерційна діяльність» тощо.

Видання містить також практикум для здобувачів освіти «Бізнес-план як інструмент підприємницької діяльності», завданнями якого є навчити учнів знаходити й перевіряти інформацію, проводити опитування, складати й презентувати бізнес-план, визначити ефективні умови його реалізації.

Оскільки формування підприємницької компетентності здійснюється не лише під час аудиторних занять, а є й завданням позанавчальної роботи педагогічного колективу закладу освіти, у збірнику представлено також матеріали для проведення ділової гри «Кар'єрні сходинки: від фахівця до підприємця» та конкурсу «Економічний брейн-ринг».

Окремі розділи присвячено бізнес-планам і проєктам (з організації малярно-кузовного цеху, дитячого кафе здорового харчування, кав'ярні-пекарні, літньої школи мистецтв, салону краси, сільської садиби тощо); методичним рекомендаціям з формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі і ресторанного господарства, досвіду формування підприємницької компетентності на уроках іноземної мови та методики підготовки учнівської молоді до підприємницької діяльності в умовах змішаного навчання.

Кожен матеріал представлений окремим блоком, зручним для копіювання і роздруковування містить інформацію про автора, його контактну електронну адресу,

Видання орієнтоване на викладачів закладів професійної (професійно-технічної) освіти, методистів, психологів і соціальних педагогів, науковців, керівників і співробітників центрів кар'єри, бізнес-центрів та інших структурних підрозділів закладів освіти, діяльність яких пов'язана з формуванням кар'єрної і підприємницької компетентності майбутніх кваліфікованих робітників.

Розділ 1

МЕТОДИЧНІ РОЗРОБКИ УРОКІВ

Методична розробка уроку

ОСОБИСТІСТЬ ПІДПРИЄМЦЯ, ЙОГО ФУНКЦІЇ ТА ДІЛОВІ ЯКОСТІ

Шклярук Людмила Василівна,
викладач Державного навчального закладу
«Полонський агропромисловий центр професійної освіти»

e-mail: shklyaruk@gmail.com

Тема уроку
«ОСОБИСТІСТЬ ПІДПРИЄМЦЯ, ЙОГОФУНКЦІЇ ТА ДІЛОВІ ЯКОСТІ»

Дисципліна: ***«Основи галузевої економіки»***

Мета уроку:

навчальна: ознайомити учнів з поняттям «підприємець», особливими рисами підприємців, їх функціями та діловими якостями.

розвивальна: розвивати економічне мислення, допитливість і самостійність; розвивати логічне мислення, спостережливість, самостійність.

виховна: сприяти розвитку економічного світогляду учнів; виховувати любов та повагу до обраної професії, прагнення працювати самостійно.

Очікувані результати: учні повинні знати економічний зміст поняття «підприємець», характеризувати риси, які властиві підприємцю, називати функції та ділові якості підприємця.

Тип уроку: засвоєння нових знань, умінь та навичок.

ХІД УРОКУ

І. Організаційний момент.

1. Вітання учнів
2. Учитель оголошує тему та мету уроку.

ІІ. Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності.

На попередніх уроках було розглянуто організаційно-правові форми підприємництва та охарактеризовано типи й моделі підприємництва. Тепер настав час дослідити виробничий ресурс, що поєднує всі фактори виробництва – підприємництво. Виконуючи роль своєрідного каталізатора, підприємець одночасно є рушійною силою виробництва та посередником, який зводить у єдине ціле інші ресурси для здійснення певного процесу, що може виявитись прибутковою справою.

Зарубіжний досвід і сучасні тенденції економічного прогресу переконливо доводять, що сьогодні без винахідливих ділових людей, без розвитку різних форм підприємницької діяльності подальший розвиток неможливий.

ІІІ. Вивчення нового матеріалу.

Запитання: Що потрібно розуміти під поняттями «підприємець»?

1. Це поняття вперше вжив англійський економіст Річард Кантильйон (1680 – 1734 рр.), за визначенням якого підприємець – це людина, яка на свій страх і ризик спрямована до ринкового обміну з метою отримання прибутку.

2. Економісти Адам Сміт (1723 – 1790 рр.) та Давид Рикардо (1772 –1823 рр.) вважали, що підприємець, як власник капіталу, заради реалізації певної комерційної ідеї та отримання прибутку йде на ризик, компенсацією якого і є підприємницький прибуток. Цікавою є думка про те, що підприємець – це людина, яка планує, контролює, організовує і володіє підприємством. Тож використовуючи сучасні поняття, можна сказати, що в підприємцеві вбачали особу, яка поєднує в собі функції власника капіталу і функції управління цим капіталом.

3. Французький економіст Жан Батіст Сей (1767 – 1832 рр.) дав оригінальне тлумачення суті підприємця: це економічний агент, який, комбінуючи фактори виробництва (земля, праця, капітал), «перетягує» ресурси зі сфери низької продуктивності і прибутковості до галузей, у яких вони можуть дати найбільший результат (прибуток, дохід). Більше того, він указував на активний, інноваційний характер підприємництва, пов'язаний не лише з пошуком, але і з необхідністю створення нових факторів виробництва.

Запитання: Які можна зробити висновки з наведених економічних понять?

1. Підприємець – це власник капіталу, його керівник, що часто поєднує функції власника з особистою продуктивною працею.
2. Мотивом підприємницької діяльності є отримання прибутку шляхом виробництва економічних благ і їх реалізації з урахуванням попиту на них.
3. Підприємець бере на себе всі видів ризиків, які можуть виникнути в процесі виробничої діяльності.

Тест «Я – майбутній підприємець? Я – майбутній підприємець!»

Методична доцільність: посилення мотивації навчання. Рефлексія.

Завдання №1

1) Дайте відповідь на кожне питання, заповнюючи відповідні стовпчики таблиці («так» – 2 бали, «ні» – 0 балів, «можливо» – 1 бал).
2) Порахуйте суму балів.
3) Скористуйтесь ключем для визначення результатів, зробіть висновки.

№ з/п	Питання	Відповідь	Бал
1.	Чи проявляєте ви ініціативу?		
2.	Чи боїтеся опинитися наодинці у незнайомому місці?		
3.	Чи вважаєте ви хитрість хорошою і корисною рисою?		
4.	Чи можете ви розпочати розмову на вулиці з незнайомою людиною?		
5.	Чи легко вам самостійно орієнтуватися у незнайомому місті?		
6.	Чи їдете ви в транспорті без квитка, якщо забули вдома проїзний?		
7.	Чи можете ви повести за собою певну групу людей?		
8.	Чи здатні ви брати на себе відповідальність за свої дії?		
9.	Чи здатні ви швидко усно обчислити скільки буде 20% від 160?		
10.	Чи вчасно приходите на уроки?		
11.	Чи можете ви самостійно приймати рішення?		
12.	Чи будете вимагати борг, який вам не віддає ваш товариш?		
13.	Чи переживаєте, якщо вас обрахували на 1 грн.?		
14.	Чи здатні ви виконувати роботу, яка вам не подобається?		
15.	Чи здатні ви придумувати щось нове?		
16.	Чи можете ви переконати свого співрозмовника, що саме ваша думка вірна?		
17.	Чи завжди ретельно підраховуєте решту, яку дає вам продавець?		
18.	Чи із задоволенням виступаєте ви публічно?		
19.	Чи знаєте, які грошові одиниці були у Стародавньому Римі?		
20.	Чи зможете самостійно вирушити у подорож?		
	Сума балів		

***Запитання*: Які**, на ваш погляд, риси характеру та ділові якості притаманні людині, що здійснює підприємницьку діяльність?

Характер підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця. Американська фірма «Мак-Бер енд Компані», досліджуючи характери підприємців, визначила такі загальні риси:

- ✓ готовність до пошуку нових можливостей та ініціативність;

- ✓ наполегливість у подоланні труднощів;
- ✓ готовність ризикувати, прийняти «виклик»;
- ✓ готовність до вдосконалення;
- ✓ орієнтація на ефективність виробництва та якість продукції;
- ✓ рішучість і відповідальність;
- ✓ цілеспрямованість;
- ✓ організованість;
- ✓ здатність переконувати людей та встановлювати контакти;
- ✓ незалежність і впевненість у собі.

***Запитання*: Які функції виконує підприємець (назвіть чотири основних)?**

Таким чином, підприємець виконує чотири функції, властиві саме цьому виду діяльності: ресурсну, управлінську, інноваційну, ризикову.

Ресурсна функція полягає у тому, що підприємець бере на себе ініціативу поєднання ресурсів у процесі виробництва товару чи надання послуги, організовує виробництво, розподіляє засоби виробництва і трудову діяльність.

Управлінська функція підприємця полягає у прийнятті управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності, здійснення організації, планування, мотивації та контролю виробництва.

Інноваційна функція передбачає здійснення інновацій (нововведень), освоєння нової продукції, нових технологій та нових форм організації виробництва і праці, пошук нових ринків збуту, нових засобів задоволення потреб споживача, перехід від традиційних до нових форм господарювання, які не мають аналогів у господарській діяльності.

Ризикова функція полягає в необхідності прийняття рішень, які спрямовані на досягнення успіху, але не гарантують його через невизначеність та мінливість економічної ситуації. Підприємець ризикує не лише своєю власністю, вкладеними коштами, а й своєю працею, часом, діловою репутацією.

IV. Закріплення нових знань, умінь і навичок.

Вправа «Зміни себе – зміниться світ»

Методична доцільність: засвоєння поняття «підприємець» через визначення характерних для нього рис.

Завдання №2

Доберіть та запишіть у правий стовпчик таблиці риси, протилежні за значенням рисам людини з лівого стовпчику. Як результат, ви отримаєте перелік рис, які за даними п’ятирічного проєкту виявлення «профілю підприємця», організованого американською фірмою «Мак-Бер енд Компані», виділено як найважливіші для «оптимального типу підприємця».

Риси, які заважають людині стати підприємцем	Особливі риси підприємця
Відсутність сміливості йти на ризик	
Консервативність у думках та справах	
Орієнтація на обсяги виробництва, кількісні показники продукції та послуг	
Страх брати на себе відповідальність, відсутність поставлених цілей	
Небажання цікавитись оточуючим світом	
Власне благополуччя понад усе	
Відсутність планування у роботі	
Закритість, підозрілість у стосунках з іншими людьми	
Хитрість, ненадійність	

Вправа «Впізнаю за ознакою!»

Методична доцільність: засвоєння поняття «підприємець» через характерні для нього риси.

Розподіліть види діяльності підприємця за функціями, впишіть цифри, якими позначені види діяльності, у відповідну комірку таблиці.

Функції підприємця			
Ресурсна	Управлінська	Інноваційна	Ризикова

1. Відмова від традиційних форм господарювання.
2. Загроза діловій репутації.
3. Здійснення нововведень.
4. Здійснення організації, планування, мотивації та контролю виробництва.
5. Небезпека для власності, вкладених коштів.
6. Організація виробництва.
7. Освоєння нової продукції, нових технологій та нових форм організації виробництва і праці.
8. Поєднання фінансових, виробничих, матеріальних, сировинних, людських, інформаційних, інтелектуальних ресурсів у процесі виробництва товару чи надання послуги.
9. Пошук нових ринків збуту, нових засобів задоволення потреб споживача.
10. Прийняття рішень, які не гарантують швидкого успіху.
11. Прийняття управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності.
12. Розподіл засобів виробництва.

VI. Домашнє завдання.

Вправа «Рівняння на кращих!»

Методична доцільність: ознайомити учнів з видатними підприємцями, у тому числі й українськими, стимулювати пізнавальну активність учнів, їх готовність до засвоєння нових знань.

Завдання № 3.

Знайдіть інформацію про видатних підприємців України і світу в мережі Інтернет за посиланням. Сформулюйте формулу їх успіху, запишіть її у відповідний стовпчик таблиці. Зробіть висновки про причини успішного ведення бізнесу.

Видатні підприємці	Посилання	Формула успіху
Білл Гейтс	https://www.youtube.com/watch?v=12XYi8kaUKw	
Генрі Форд		
Джон Рокфеллер		
Стівен Пол Джобс		
Федір Симиренко	https://uk.wikipedia.org	
Артем Терещенко		
Іван Харитоненко		
Олексій Алчевський		

Методична розробка уроку

ПОНЯТТЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Доротюк Олена Володимирівна,
викладач Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: olenadorotuk0@gmail.com

Тема уроку
«ПОНЯТТЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА. ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА»

Дисципліна: ***спеціальний курс "Основи підприємництва"***

Мета уроку:

навчальна: *сформувати в учнів знання про підприємництво, розкрити поняття «підприємець», «підприємницька діяльність», «підприємство», ознайомити з функціями підприємства.*

розвивальна: *розвивати в учнів пізнавальний інтерес, логічне мислення, вміння самостійно отримувати знання для саморозвитку та вдосконалення себе як особистості.*

виховна: *виховувати в учнів відповідальність, цілеспрямованість, наполегливість, чесність, повагу, людяність.*

Тип уроку: *комбінований.*

ХІД УРОКУ:

І. Організаційний момент:

- привітання, перевірка присутності учнів;
- готовність учнів до уроку: зовнішній вигляд, вимкнення гучності телефонів, наявність зошитів, ручок;
- психологічне налаштування учнівського колективу.

ІІ. Цільова установка уроку (мотивація):

Знаючи, як організувати бізнес, важливо знати, як його зробити успішним, прибутковим.

Адже не завжди За відсутності певних знань з підприємництва часто відкриваючи бізнес підприємець не має певних навиків, щоб його зберегти.

Повідомлення *теми і плану проведення уроку:*

1. Поняття підприємництва.
   - 1.1 Що таке підприємство?
   - 1.2 Підприємницька діяльність.
2. Функції підприємництва.
3. Характерні риси підприємця.
4. Тренінги «Чи готовий ти стати підприємцем?», «Яким має бути підприємець?»:
   - 4.1. Вправа «Не хочу хвалитися, але я...».
   - 4.2. Вправа: «Сходинки до успіху».
   - 4.3. Бесіда «Відомі люди – хто вони?».
   - 4.4. Вправа «Ділові якості».
   - 4.5. Інформаційне повідомлення «Якості підприємців».
   - 4.6. Вправа «Особливості людини бізнесу».
5. Тест «Чи є у вас здібності до підприємництва?»

III. Вивчення нового матеріалу

1. Розповідь викладача (Можна використати елементи представленої в додатку 1 лекції).

Підприємництво – форма діяльності у сфері виробництва і обміну товарів та надання послуг з метою отримання прибутку.

Поняття «підприємець» часто вживають як синонім поняття «бізнесмен», тобто людини, яка організувала свою справу й веде її.

Підприємницька діяльність (підприємництво) – це ініціативна, самостійна діяльність осіб або підприємств (фірм), націлена на отримання прибутку або особистого доходу, і яка здійснюється на власний ризик та під власну майнову відповідальність.

Суб'єктами підприємницької діяльності виступають:

- ✓ фізичні особи, тобто громадяни України та інших держав, не обмежені законом у правоздатності;
- ✓ юридичні особи усіх форм власності.

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його **основні функції**:

Ресурсну – мобілізація капіталу (фінансів), трудових, матеріальних, інформаційних та інтелектуальних ресурсів;

Організаційну – поєднання передових методів організації праці та виробництва із сучасною структурою управління й контролю господарської діяльності підприємств і фірм;

Інноваційну – сприяння матеріалізації нових ідей, здійсненню техніко-економічних розробок, проєктів у процесі ринкових перетворень.

Характер підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця. Тому підприємець повинен мати не лише бажання або нахил до підприємництва, а й певні **ділові якості й риси характеру**. За даними п'ятирічного проєкту виявлення «профілю підприємця», організованого американською фірмою «Мак-Беренд Компані», виділено 21 найважливішу рису «оптимального типу підприємця».

Найбільш важливі серед них*:*

- ✓ *організаційно-господарське новаторство;*
- ✓ *готовність та здатність до ризику;*
- ✓ *пошук нових можливостей та ініціативність;*
- ✓ *орієнтація на ефективність та якість продукції і обслуговування;*
- ✓ *майнова відповідальність та цілеспрямованість;*
- ✓ *висока інформованість та постійне спостереження;*
- ✓ *здатність до жертв в інтересах справи;*
- ✓ *чіткість, планомірність у роботі;*
- ✓ *здатність переконувати людей, комунікабельність, чесність, надійність тощо.*

2. Робота в команді

IV. Закріплення нового матеріалу (Тренінги й тести – додаток 1):

V. Перевірка засвоєння нових знань.

Виберіть цитату, у якій розкрита сутність цієї теми. Обґрунтуйте ваш вибір.

5 цитат, які надихають та здатні змінити життя:

1. Невдача – це просто можливість почати знову, але вже більш мудро. © *Генрі Форд*

2. Якщо проблему можна вирішити, не варто про неї турбуватися. Якщо проблема невирішальна, турбуватися про неї безглуздо. © *Далай Лама*

3. Навіть якщо ви дуже талановиті і докладаєте великі зусилля, для деяких результатів просто потрібен час: ви не отримаєте дитини через місяць, навіть якщо змусите завагітніти

дев'ять жінок. © *Уоррен Баффет*

4. Раз у житті фортуна стукає у двері кожної людини, але людина в цей час нерідко сидить у найближчій кав'ярні і ніякого стуку не чує. © *Марк Твен*

5. Наш великий недолік в тому, що ми занадто швидко опускаємо руки. Найбільш вірний шлях до успіху – весь час пробувати ще один раз. © *Томас Едісон*

VI. Рефлексія (підведення підсумків уроку)

Аналіз діяльності учнів у процесі всього уроку

- ✓ Якою була тема уроку?
- ✓ Що ви дізналися нового?
- ✓ Які види роботи на уроці вам більше всього сподобались?
- ✓ Як завдання, які ми вирішували, можуть допомогти вам?
- ✓ Які труднощі виникли в роботі?
- ✓ Повідомлення та обґрунтування оцінок (критерії оцінювання навчальних досягнень).

VII. Індивідуальне завдання

До наступного заняття підготувати групові міні-проєкти: «Історія виникнення підприємництва»

VIII. Список рекомендованої літератури

1. Гой І.В., Смелянська Т.П. Основи підприємницької діяльності. *Навчально-методичний посібник*. Хмельницький, 2012. 245 с.

2. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чоботар С.І. Основи підприємницької діяльності: навч. посібник. К.: ВЦ «Академія», 2005. 280 с.

3. Сизоненко В.О. Сучасне підприємництво: довідник. К.: Знання, 2003. 379 с.

IX. Оголошення теми наступного уроку:

«Етапи започаткування власної справи. Суб'єкти підприємницької діяльності. Види підприємницької діяльності. Обмеження у здійсненні певних видів діяльності».

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

ТРЕНІНГ
«ЯКИМ МАЄ БУТИ ПІДПРИЄМЕЦЬ?»

Мета: допомогти учням оволодіти поняттям «підприємець»; усвідомити важливість гармонійного збалансування певних особистісних якостей успішного підприємця; визначати якості, які перешкоджають у бізнесі; робити самооцінку особистісних якостей, необхідних для успішної бізнес – діяльності; виховувати культуру спілкування.

Обладнання: альбом для фліпчарта, маркери, скотч, липкий кольоровий папір.

ХІД ЗАНЯТТЯ

Вправа
«Сходинки до успіху»

Мета: сформувати очікування від заняття, акцентувати увагу на запропонованій темі.

Обладнання: альбом для фліпчарта, маркери, липкий папір.

Хід вправи

Викладач пропонує учасникам написати на папірцях кількома словами свої очікування від тренінгу. По черзі наклеїти їх на плакат із «сходами успіху», коментуючи, на якій сходинці вони зараз находяться за обізнаністю з теми.

Вправа
«Не хочу хвалитися, але я...»

Мета: формувати якості громадянина, здатного до активної життєвої позиції, який правильно орієнтується в сучасній системі цінностей суспільства.

Хід вправи

Кожен учасник по черзі називає своє ім’я і говорить фразу, наприклад, «Не хочу хвалитися, але я вмію домовлятися з людьми».

Висновок: кожній людині необхідно формувати якості громадянина, здатного до активної життєвої позиції, який вміє орієнтуватися в сучасній системі цінностей суспільства.

Бесіда
«Відомі люди – хто вони?»

Мета: актуалізувати базові знання учнів щодо теми підприємливості, розвитку професійної компетентності учнів.

Хід бесіди

Педагог розповідає про відомих людей та їх досягнення. Прикладом можуть слугувати розповіді про наступних особистостей:

- ✓ Волт Дісней запропонував та втілив ідею парку розваг.
- ✓ Білл Гейтс, найвідоміший у світі мільйонер, керівник найбільшої у світі компанії з виробництва програмного забезпечення.

✓ Леві Страус, засновник міжнародної компанії, яка виробляє найпопулярніші у світі штани.

✓ Соітіро Хонда, власник і засновник відомої японської компанії з виробництва мотоциклів.

Викладачеві до уваги!

Для закріплення попереднього матеріалу потрібно ще раз звернутися до поняття «Підприємець». Підприємці – це люди, котрі покладають на себе ініціативу поєднання ресурсів у єдиний процес виробництва, керують підприємством, запроваджують у виробництво нові технології, свідомо йдуть на ризик пов'язаний із виробничою, комерційною або іншою діяльністю.

Вправа
«Ділові якості»

Мета: усвідомити важливість формування певних особистісних якостей успішного підприємця.

Обладнання: листи А-1, маркери, липка стрічка.

Хід вправи

Педагог формує з числа учасників дві робочі групи. Кожна група отримує розрізаний текст і інструкцію. Викладач пояснює, що розрізаний текст про відому людину, потрібно зібрати. Вибрати з цього тексту якості, необхідні, щоб бути успішним, і записати їх на альбомному листі для фліпчарта. Після закінчення вправи представники від кожної групи презентують результати роботи.

Висновок: Для того, щоб здійснювати постійний пошук нових способів комбінації ресурсів, підприємець повинен мати відповідні якості.

Інформаційне повідомлення
«Якості підприємців»

Викладачеві до уваги!

Деякі частини заняття передбачають самостійну підготовку викладача до уроку та творчий підхід. На даному етапі роботи викладач може створити і використати слайдову презентацію. Сьогодні підприємець є центральною постаттю в бізнесі, тому особливого значення набувають підприємницькі здібності – здатність певної частини людей до професійних, енергійних цілеспрямованих дій, пов'язаних з організацією виробництва, ризиком, керівництвом для досягнення поставленої мети. Людей, які не просто мають ці здібності, а й пов'язують своє життя з такою діяльністю, називають підприємцями, бізнесменами.

Підприємницький хист – це здебільшого талант, помножений на наполегливу працю і достатні знання. Соціологічні дослідження показують, що схильними до підприємництва є лише 5-7 % економічно активного населення. Підприємець як ключова постать ринкової економіки несе повну відповідальність за результати своєї діяльності. На нього чекає крах або успіх.

Вправа
«Особливості людини бізнесу»

Мета: закріпити попередній матеріал, зробити самооцінку особистісних якостей учасників, необхідних для успішної бізнес-діяльності, визначати якості, які перешкоджають у бізнесі.

Обладнання: Список якостей, що перешкоджають успіху в бізнесі.

Хід вправи

Викладач об'єднує учнів у чотири групи. Потім звертається до учнів і повідомляє, що зроблений аналіз особистісних якостей найбільш успішних бізнесменів показує, що притаманні їм якості можна об'єднати в пари, які на перший погляд здаються взаємно виключними:

- ✓ Амбітність – скромність.
- ✓ Стратегічне мислення – увага до дрібниць.
- ✓ Ентузіазм – внутрішній спокій.
- ✓ Здатність до ризику – уміння отримувати користь із помилок.

Цікаво, що кожна із зазначених якостей може стати недоліком. Тобто важливим є певний баланс між ними. Потім викладач дає кожній групі окреме завдання – одну пару якостей, і просить пояснити, як правильно збалансувати пари якостей, відповідно до отриманих завдань. Далі викладач пропонує розглянути в тому ж складі груп небажані якості підриємця. Користуючись додатком, учасники повинні розглянути список якостей, що перешкоджають успіху в бізнесі.

Запитання для обговорення

Поясніть, чому до цього списку потрапили деякі цілком позитивні риси людини? Чому вони вважають небажаними для людини бізнесу?

Висновок: Без ризику та віри в успіх неможливі нові досягнення. Важливо аналізувати досвід, отримувати з нього користь, щоб не повторювати своїх помилок.

Тест
«Чи є у вас здібності до підприємництва?»

Отже підприємець – суб`єкт, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу. А звідси і підприємництво – це тип господарської поведінки підприємців з організації розробки, виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту. У вияві ініціативної, новаторської, самостійної діяльності акумулюється сутність підприємництва. Його мета зводиться, з одного боку, до отримання прибутку або особистого доходу, в результаті не якихось кон`юнктурних справ, а передбачення точного розрахунку, а з іншого – до найбільш ефективного використання факторів виробництва, прагнення реалізувати творчий потенціал людини.

1. Чи поводитесь Ви наодинці так, як тоді, коли за Вами спостерігають?
2. Чи вважаєте Ви себе здатним стати головою сім`ї?
3. Чи вважаєте Ви хитрість хорошою і корисною рисою?
4. Чи можете Ви розпочати розмову на вулиці з незнайомою людиною?
5. Чи знаєте Ви, який колір сьогодні в моді?
6. Чи їдете в транспорті без квитка, якщо забули вдома проїзний?
7. Чи заздрите успіху Ваших знайомих?
8. Чи звертаєтесь на «Ви» до Ваших старших за віком родичів?
9. Чи здатні Ви усно швидко обчислити скільки буде 3% від 3%?
10. Чи приходите вчасно у кіно?
11. Чи приходите вчасно на побачення?
12. Чи вважаєте за потрібне давати «чайові»?
13. Переживаєте, якщо Вас обрахували на 1 грн.?

14. Чи пам’ятаєте дату народження свого вчителя?
15. Чи сідаєте у міському транспорті на будь-яке вільне місце?
16. Чи сідаєте в таксі тільки на заднє сидіння?
17. Чи любите робити записи у книгу скарг?
18. Чи вважаєте, що завжди достатньо лише одного попередження?
19. Чи знаєте, які грошові одиниці існували в Стародавньому Римі?
20. Чи зможете залишити валізу на вокзалі під наглядом зовсім незнайомої людини?

Повністю позитивна відповідь на кожне запитання дає 10 балів, повністю негативна – 0 балів.

Проміжні відповіді оцінюються «на око» між 0 і 10 балами. Наприклад, якщо Ви з 10 своїх вчителів пам’ятаєте дату народження лише одного, відповідь – 1 бал. Якщо відповідь на яке-небудь питання для Вас є складною – 5 балів. Склавши всі Ваші бали, Ви звертаєтесь до ключа тесту.

Ключ до тесту

- ✓ 120 – 200 балів – Ви вроджений бізнесмен. Якщо Ви отримали ці бали в результаті підглядування у відповіді, вирахуйте 80 балів і орієнтуйтесь на новий результат.
- ✓ 110 – 119 балів – Ви володієте не всіма потрібними якостями бізнесмена, але у Вас є реальні шанси досягти успіху в бізнесі; деяку допомогу при цьому Вам нададуть роздуми про причини втрати балів.
- ✓ 50 – 90 балів – напевно в бізнесмени Вам не вибитись, але судячи з усього, Ви правдива, порядна людина, у вас непоганий характер, так що не все втрачено в житті.

Кожен учень підраховує бали, отримані ним під час тестування.

Підсумки тренінгу

Викладач пропонує учням коротко завершити речення:

- ✓ Найголовніше питання, що було поставлене сьогодні, – це …
- ✓ Найважче на сьогоднішньому тренінгу було …
- ✓ Найцікавішим для мене під час тренінгу виявилось…
- ✓ Сьогодні я зрозумів, що …

Здійснюється загальна оцінка результативності тренінгів та висловлюються взаємні побажання тренера й учасників для подальшої роботи.

ДОДАТОК 2

ЛЕКЦІЯ З ТЕМИ
«ПОНЯТТЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА. ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА»

ПЛАН

1. Поняття підприємства.
1.1 Що таке підприємство?
1.2 Підприємницька діяльність.
2. Функції підприємництва.
3. Характерні риси підприємця.

1. Поняття підприємництва

За цим посиланням ви маєте можливість ознайомитись із додатковим матеріалом http://studentam.net.ua/content/view/4490/132/

Ринкова економіка – це економіка вільного підприємництва, тобто система господарювання, в якій роль основного регулятора економічних відносин відіграє ринок. Для того, щоб успішно займатися бізнесом, уникати невдач і провалів, витримувати конкуренцію потрібно глибоко розуміти сутність підприємницької діяльності.

Що ж насправді означає цей термін? У перекладі з англійської бізнес *(«business»)* – це справа, діло, заняття.

Стисло поняття «бізнес» можна визначити як «**економічну діяльність з метою отримання прибутку».**

Цей термін характеризує сферу діяльності господарського суб'єкта, його економічний інтерес, підприємництво.

А що означає поняття «підприємництво»?

Підприємництво – форма діяльності у сфері виробництва і обміну товарів та надання послуг з метою отримання прибутку.

Підприємницька діяльність (підприємництво) – це ініціативна, самостійна діяльність осіб або підприємств (фірм), націлена на отримання прибутку або особистого доходу і яка здійснюється на власний ризик та під власну майнову відповідальність.

Підприємництво дозволяється у будь-якій галузі господарської діяльності, яка не забороняється законом: у промисловості, сільському господарстві, торгівлі, побутовому обслуговуванні, у сфері операції з цінними паперами, банківській, юридичній, видавничій та інформаційно-консультативній діяльності.

Основними сферами підприємницької діяльності є виробництво (продукції, послуг), комерція (торгівля), фінансове та комерційне посередництво.

Отже, підприємництво – це організація корисної виробничої діяльності, спрямованої на випуск товарів і надання послуг.

Основу підприємницької діяльності складає певна форма чи вид власності: приватна, акціонерна, державна, кооперативна.

Суб'єктами підприємницької діяльності виступають:

- *фізичні особи*, тобто громадяни України та інших держав, не обмежені законом у правоздатності;
- *юридичні особи* усіх форм власності.

Відеоурок Кібачової Оксани Петрівни дасть вам змогу більш глибоко розкрити поняття підприємництва

https://www.youtube.com/watch?v=F3l0k3fQFTM

2. Функції підприємництва

Інтернет-ресурс для додаткового вивчення матеріалу

https://studopedia.com.ua/1_22074_funktsii-pidpriiemnitstva.html

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його **основні функції**:

ресурсну – мобілізація капіталу (фінансів), трудових, матеріальних, інформаційних та інтелектуальних ресурсів;

організаційну – поєднання передових методів організації праці та виробництва із сучасною структурою управління й контролю господарської діяльності підприємств і фірм;

інноваційну – сприяння матеріалізації нових ідей, здійсненню техніко-економічних розробок, проєктів у процесі ринкових перетворень.

Лариса Кіріченкова дає корисні поради як відкрити власну справу

https://studopedia.com.ua/1_22074_funktsii-pidpriiemnitstva.html

5 цитат, які надихають та здатні змінити життя:

«По-справжньому нас тягне займатися тим, що нам судилося. І коли ми починаємо це робити, відразу знаходяться гроші, відкриваються потрібні двері, ми відчуваємо себе корисними, а робота здається грою» (***Джулія Кемерон, письменниця, сценаристка).***

«Я ніколи не ставив собі за мету просто створити компанію. Багато людей помилково думають, що мене не турбують такі речі, як прибуток, дохід і все інше. Але для мене «бути не просто компанією» означає ще й створювати те, що по-справжньому змінює світ навколо» (***Марк Цукерберг, гендиректор Facebook).***

«Щоранку я дивився на себе в дзеркало і запитував: «Якби сьогодні був останній день мого життя, хотів би я займатися тим, чим я займаюся сьогодні? І якщо відповідь протягом багатьох днів поспіль була «ні» – я знав, що мені потрібно щось міняти» (***Стів Джобс, американський підприємець, засновник компанії Apple).***

«Багатство – це не скупчення матеріальних цінностей. Це вміння витрачати менше, ніж заробляєш, вміння відкладати і вкладати. Ви не збагатіє, поки не засвоїте це» (***Дейв Ремсі, відомий шоумен, автор книг про підприємництво).***

«Сьогодні зробити гроші дуже просто. Набагато складніше заробляти довгострокові кошти і при цьому нести відповідальність перед суспільством, покращуючи світ» (***Джек Ма, голова ради директорів Alibaba Group).***

3. Характерні риси підприємця

Інтернет-ресурс для додатково вивчення матеріалу

https://edufuture.biz/index.php?title=Хто_такий_підприємець%3F_Риси_підприємця

Характер підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця. Тому підприємець повинен мати не лише бажання або нахил до підприємництва, а й певні ділові якості й риси характеру.

Підприємець повинен мати такі найважливіші якості, що групуються навколо відповідних функцій:

1) здатність бачити в людині ***основне джерело*** підвищення ефективності роботи підприємства, генератора нових ідей; проводити політику формування лідерів і новаторів, стимулювати у них виправданий ступінь ризику; формувати економічне мислення; постійно здійснювати пошук нових можливостей, бути ініціативним та ін.;

2) уміння об'єднати людей для досягнення спільної мети, здатність переконувати їх, приділяти увагу прагненням людей, їх духовним якостям, домагатись, щоб цінності фірми підтримували всі працюючі тощо;

3) професійна підготовленість для пошуку оптимальних варіантів розвитку підприємства, інтенсифікації його діяльності; здатність постійно орієнтуватись на ефективність та якість, здійснювати систематичне планування, прагнути до всебічної інформованості, йти на розумний ризик; впроваджувати такі форми і системи заробітної плати, які сприяють економії ресурсів (сировини, електроенергії, палива, праці); надавати підрозділам певну автономію в поєднанні з жорстким централізмом щодо досягнення стратегічних цілей та ін.;

4) постійне орієнтування на потреби споживачів; сплата податків відповідно до чинного законодавства; прагнення не забруднювати довкілля; добиватись оптимального поєднання індивідуальних, колективних та суспільних інтересів; відповідати за свої дії;

5) уміння діяти цілеспрямовано, енергійно, вірити в успіх справи, бути наполегливим і гнучким, розвивати свої творчі, організаторські здібності тощо.

Методична розробка уроку

СИСТЕМА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Дранічнікова Вікторія Анатоліївна,
викладач Державного навчального закладу
«Подільський центр професійно-технічної освіти»

e-mail: dranijnikova@gmail.com

Тема уроку
«СИСТЕМА ПІДПРИЄМНИЦТВА»

Дисципліна: ***"Основи галузевої економіки"***

Мета уроку:

навчальна: дати знання про систему підприємництва в Україні; розкрити зміст поняття «підприємець» і «підприємництво»; показати роль підприємницької діяльності та її значення для розвитку ринкової економіки.

розвивальна: розвивати вміння характеризувати функції та розрізняти види підприємницької діяльності.

виховна: виховувати налаштованість на успіх через формування активної життєвої позиції, повагу до підприємництва, цікавість до підприємницької діяльності.

Очікувані результати: після засвоєння знань теми, учні зможуть:
тлумачити зміст поняття «підприємець», «підприємництво»;
характеризувати риси, які властиві підприємцю;
називати функції та передумови розвитку підприємництва; визначати переваги і недоліки підприємницької діяльності; наводити приклади підприємств у різних сферах економіки;
оцінювати роль підприємця у розвитку ринкової економіки в Україні.

Тип уроку: урок засвоєння нових знань.

Епіграфи *(вибрати один):*

Істинний скарб людини – уміння працювати, здобувати знання, навички, вміння творити нове та незвичайне (Л. Фейєрбах).

Той, хто хоче, робить більше, ніж той, хто може. Людина лише там чогось домагається, де вона сама вірить у свої сили (Л. Фейєрбах).

Структура уроку

I. Організаційний момент.
1. перевірка присутності учнів на уроці;
2. перевірка готовності учнів до уроку.

II. Актуалізація опорних знань і практичного досвіду учнів.
III. Повідомлення теми, мети та очікуваних результатів.
IV. Мотивація навчальної діяльності.
V. Вивчення нового матеріалу за планом.
VI. Узагальнення і систематизація знань.
VII. Підсумки уроку.
VIII. Домашнє завдання.

ХІД УРОКУ

І. Організаційний момент

Викладач перевіряє присутність учнів та їх готовність до проведення уроку.

ІІ. Актуалізація опорних знань і мотивація навчальної діяльності

Викладач: тема сьогоднішнього уроку досить цікава і, можливо, стане в майбутньому для когось у нагоді. А зрозуміти, що це за тема, ви зможете, переглянувши відеоролик «Відомі підприємці світу».

Бесіда у учнями: ***«Відомі підприємці – хто вони?»***

- ✓ Запропонував та втілив ідею парку розваг (*Волт Дісней*).
- ✓ Найвідоміший у світі мільйонер, керівник найбільшої у світі компанії з виробництва програмного забезпечення (*Білл Гейтс*).
- ✓ Засновник міжнародної компанії, яка виробляє найпопулярніші у світі штани (*Леві Страус*).
- ✓ Власник і засновник відомої японської компанії з виробництва мотоциклів *(Соітіро Хонда*).
- ✓ А кого не згадали, хто був показаний у відеоролику?
- ✓ Як одним словом можна назвати цих людей? (Підприємці)

ІІІ. Повідомлення теми, мети та очікуваних результатів

Тема 4. Система підприємництва. Організація власного бізнесу.

Урок №4. Тема уроку: «Система підприємництва» (*робота на уроці супроводжується демонстрацією презентації «Система підприємництва»*)

IV. Вивчення нового матеріалу

План уроку

1. Визначення поняття «підприємець» і «підприємництво»
2. Функції та передумови розвитку підприємництва
3. Види підприємництва

V. Сприймання й усвідомлення учнями нового матеріалу

1. Визначення поняття «підприємець» і «підприємництво».

Напевно усім знайомі поняття «бізнесмен», «підприємець». Серед відомих вам людей є такі, яких називають бізнесменами, комерсантами? Історія зберегла імена людей, які істотно вплинули на виникнення і розвиток не тільки певних сфер бізнесу, а й цілих галузей економіки країн світу. Усі ці люди виділялися заповзятливістю, енергійністю, рішучою цілеспрямованістю, прагненням до новизни, наполегливістю, вмінням вчасно передбачити необхідність певного товару або послуг й організувати роботу так, щоб вона стала не просто кращою чи новою, а позитивно вплинула на господарчий розвиток. Винайдення і впровадження електричного струму, телеграфу, радіохвиль, телефону, літаків, паровозів, двигуна внутрішнього згорання, пеніциліну, мікропроцесорів та безлічі інших необхідних для життя і корисних речей так чи інакше стало можливим завдяки людям з підприємницькими здібностями.

Першими підприємцями в історії людства були ремісники та купці. Вони не тільки прагнули більше доходів, а й уміли віднаходити нові шляхи їх отримання. З розвитком виробництва бажання людей до збагачення спричинило виникнення нового виду професійної діяльності – підприємництва і людей цієї професії – підприємців.

Презентація творчої роботи учнів.

- ✓ Коли вперше з’явилося поняття «підприємець» і хто його ввів до наукового обігу?! (виступ учня «Цікаві факти із історії підприємництва в Україні» – Додаток 1.)
- ✓ Хто вони – підприємці?

Підприємці у поглядах видатних економістів світу.

<u>Вправа «Асоціативний кущ» – учні виконують в зошиті.</u>

Економічна наука пояснює і дає визначення поняття «підприємець».

На вашу думку, які риси притаманні підприємцю?

2. Функції та умови розвитку підприємництва.

<u>Викладач:</u> Водночас необхідно зазначити, що підприємництво як вид діяльності характеризується певними ознаками.

Отже, можна зробити узагальнююче визначення підприємництва. Користуючись Законом України «Про підприємництво в Україні», зазначаємо:

Підприємництво – самостійна, ініціативна, систематична діяльність господарюючих суб'єктів із виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, які здійснюються на власний ризик і з метою одержання прибутку.

В умовах ринкової економіки усі люди можуть бути підприємцями. Отримавши професію, ви теж можете займатися підприємницькою діяльністю, організувавши власну справу: відкрити міні-готель. При цьому підприємницька діяльність передбачає виконання таких функцій: інноваційна, ресурсна, організаційна, стимулююча.

3. Види підприємництва.

<u>Запитання до учнів:</u>

- ✓ Як ви гадаєте, яким видом діяльності можуть займатися підприємці?
- ✓ Які існують умови для підприємництва?
- ✓ З якого віку можна займатися підприємництвом?

<u>Робота з нормативно-правовими документами</u>: Конституцією України, Законом України «Про підприємництво в Україні».

VI. Узагальнення і систематизація знань

<u>Вправа на фокус уваги: (несподіване запитання!?)</u>

1. Назвіть кілька рис підприємців, які є спільними за визначенням більшості дослідників. (Підприємець – власник, який ризикує).
2. Чи тотожні, на вашу думку, поняття «власник» і «підприємець»? Що в них спільного? Чим вони різняться? (Спільне те, що підприємець здійснює свою діяльність, маючи певну власність. Власник певного майна може і не бути підприємцем).
3. Назвіть умови при яких може здійснюватися підприємницька діяльність?
4. За якими принципами здійснюється підприємництво?

<u>Робота з опорною схемою</u>: охарактеризуйте функції підприємництва.

VII. Підсумки уроку

<u>Викладач</u>: Світовий досвід переконливо доводить, що сьогодні без винахідливих ділових людей, без розвитку різних форм підприємницької діяльності подальший розвиток ринкової економіки у нашій країні неможливий. Ви, здобувши знання, уміння та навички з професії, будете мати можливість успішно займатися цим видом діяльності. Адже сфера побутового обслуговування, до якої відноситься ваша професія, існує за рахунок розвитку саме підприємницької діяльності. Перша виробнича практика ознайомить вас з об'єктами підприємництва у цій сфері. Будьте старанні, успішно оволодівайте навиками професії, дізнавайтеся більше про роботу підприємців. Життєвий досвід – основа успіху.

Дебрифінг

- ✓ Яких нових знань ви отримали на уроці?
- ✓ Що запам'яталося найбільше?
- ✓ Де і як ви можете використати отримані знання?

Оцінювання навчальних досягнень учнів

VIII. Домашнє завдання.

1. Вивчити тему з робочого конспекту та додатків.
2. Взяти інтерв'ю у місцевого підприємця «Який ваш девіз як бізнесмена?».
3. Підготуйте добірку за інформацією ЗМІ та Інтернет на тему: «Розвиток підприємництва у моєму регіоні».

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

Цікаві факти з історії підприємництва в Україні
«РОДИНА ТЕРЕЩИНКІВ – ВИДАТНІ ПІДПРИЄМЦІ ТА МЕЦЕНАТИ»

Однією з найвідоміших династій підприємців в Україні була династія Терещенків. На початку XX ст. родині належало 11 цукрових заводів, 150000 десятин землі.

Започаткував родинний бізнес Артемій Якович Терещенко. Разом з дружиною вони вели дрібну торгівлю з воза, а згодом на базарному рундуку. Зібравши трохи грошей, підприємець починає торгувати лісом, хлібом, вкладає капітал у цукрову промисловість.

Терещенко Артемій Якович (1794–1873), купець, промисловець

За його заповзятість сусіди прозвали «Карбованцем». У 1870 р. Артемій Терещенко здобув дворянський титул «на ознаменування особливих заслуг у запровадженні у Південно-Західному краї руського землеволодіння і для заохочення благодійної діяльності». Цього ж року його нагороджено срібною медаллю Всеросійської виставки «За високі якості борошна з озимої пшениці».

Сини Артемія Терещенка також займалися бізнесом. Старший Микола торгував зерном, продавав хліб у Криму, звідки привозив сіль і хліб. У 1870 р. брати заснували «Товариство бурякоцукрових і рафінадних заводів братів Терещенків» з початковим капіталом у 3 млн. руб. Того ж року Товариство нагородили срібною медаллю Всеросійської виставки «За дуже хороший цукровий пісок і хороший рафінад значного виробництва». Нащадки роду Терещенків прославилися не лише у бізнесі. Вони займалися розвитком освіти, благодійністю, меценатством, організацією художніх і комерційних шкіл, музичних товариств. Онук Артемія – Федір – став одним з піонерів вітчизняного повітроплавання. Варто сказати, що пам'ять про представників цього славного українського роду не змогли знищити навіть роки, які стирали історичні дати й перекреслювали епохи, а не лише людей.

Протягом семи десятиліть нас переконували, що Терещенки – багаті цукрозаводчики, експлуататори трудового народу. Нині ми маємо можливість переглянути роль цієї сім'ї у контексті нашої власної історії. Не в останню чергу до кола занять членів родини входила благодійна і громадська діяльність. Саме коштом Терещенків будувалися та діяли лікарні, притулки, гімназії, училища. Багато зробили Терещенки й для розвитку культури. Зокрема, Микола Терещенко на добродійні та просвітні установи пожертвував п’ять мільйонів карбованців. На кошти його старшого сина Івана утримувалася приватна художня школа.

Терещенки були знавцями, збирачами мистецтва та меценатами. Саме завдяки Миколі та Федору Артемовичам, а ще їхнім дітям Івану, Олександру, Варварі та Ользі, Київ має тепер

зібрання державних музеїв: Т.Г. Шевченка, українського образотворчого мистецтва, західного та східного мистецтва. Вагомою була благодійна діяльність представників родини у роки першої світової війни. Вже у 1914 році Михайло Терещенко відкриває на свої кошти й утримує лазарет на 300 ліжок. Незабаром інші члени родини відкривають ще кілька лазаретів та засновують притулок і взуттєву майстерню для покалічених нижчих чинів. Протягом воєнного лихоліття люди постійно отримували лікування й допомогу від Терещенків. Для порівняння, в січні 1916 року родина витратила на медикаменти й обслуговування поранених 8630 карбованців. Допомога солдатам і офіцерам не обмежувалася лише утриманням медичних закладів. Дружина Федора Абрамовича Надія Володимирівна Терещенко очолювала відділення при комісії Всеросійського земського союзу, яке збирало грошову й матеріальну допомогу російській армії. Окремо виділялися гроші на боротьбу з епідемією тифу.

Милосердя й благодійність стали девізом сім'ї. За заслуги Терещенків у справі благодійності Київська міська дума ухвалила рішення перейменувати вулицю Олексіївську на Терещенківську. Незадовго перед тим брати Терещенки – Микола й Федір – стали почесними громадянами Києва. Довгий час благодійна діяльність сім'ї Терещенків замовчувалася. І лише після проголошення Незалежності України Терещенків почали згадувати добрим словом не лише старожили Києва. Їхню діяльність визнали офіційно, а вулиці Рєпіна було повернуто назву Терещенківська. Проте благодійність була лише однією із сторін багатогранної діяльності родини.

Київ відвідала княгиня Надін Терещенко разом із сином Іваном. Нащадки славної сім'ї проживають у Франції. Ім'я Надін знане у світі високої моди, вона працювала з «Крістіан Діор», «Елеганс». Іван Терещенко відомий фотограф, викладає у Луврській школі, яку свого часу й закінчував, співпрацює з багатьма журналами, є автором кількох книг. Його роботи експонувалися на багатьох виставках і отримували престижні премії.

Дід Івана Терещенка, теж Іван, як вважають у родині, передчасно помер не тільки через ракову пухлину, а й через тугу за Україною, хоча й знав її насамперед, з розповідей батька – Михайла Терещенка, який у 28 років став міністром закордонних справ у тимчасовому уряді Керенського. Іван Михайлович Терещенко, хоча й народився у Франції, а освіту здобував у Англії, відмовився від громадянства цих країн. Завжди й до смерті він підкреслював, що є українцем. Як і те, що переворот у Петрограді перевернув світ його батьків – побудований, як можемо нині судити, па принципах добра та християнської моралі.

Джерела:

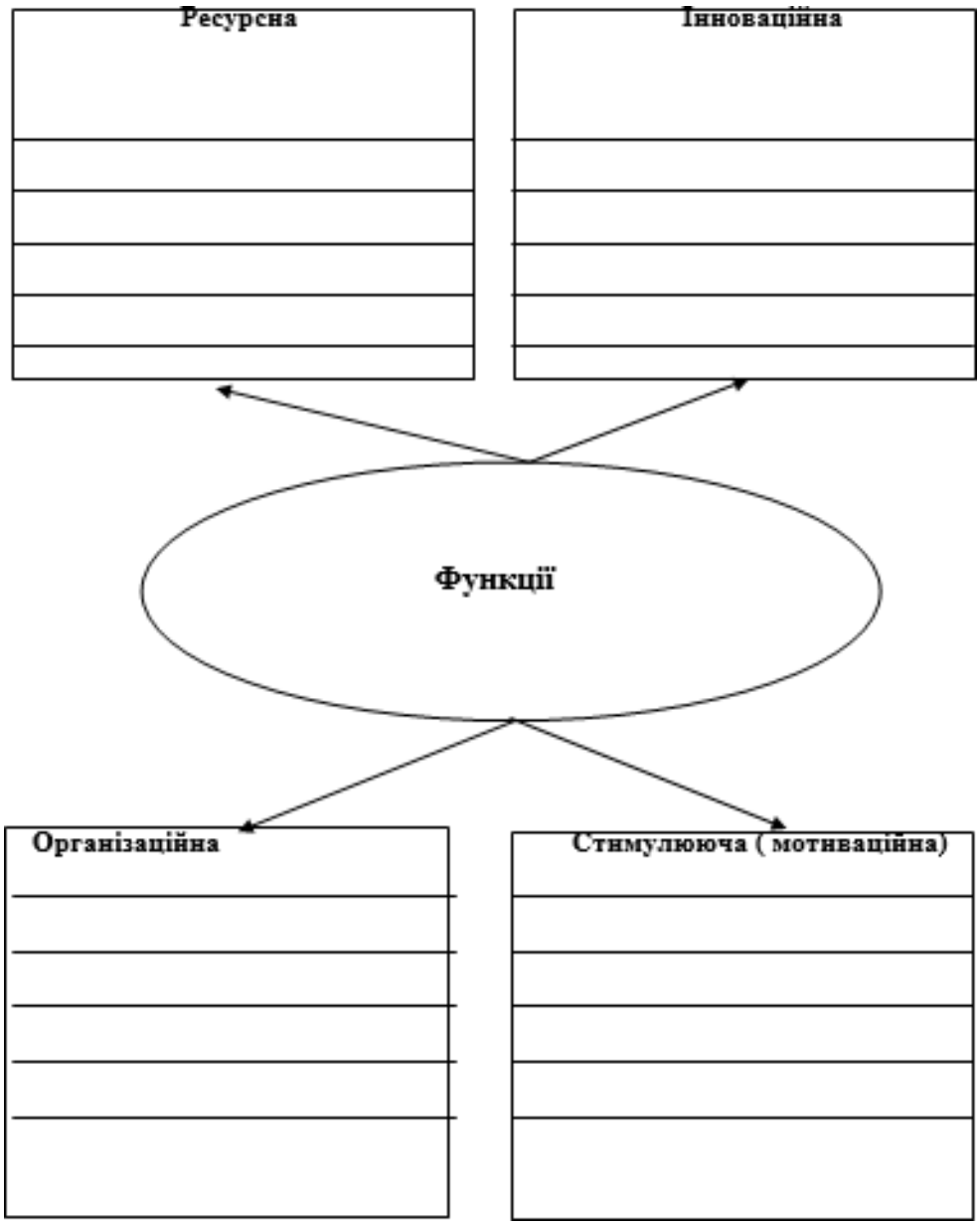
Донік О. М. Терещенки. *Енциклопедія історії України* : у 10 т. / редкол.: В. А. Смолій (голова) та ін. ; Інститут історії України НАН України. К. : Наукова думка, 2013. Т. 10 : Т. Я. С. 58. 784 с.

Енциклопедія українознавства: Словникова частина : [в 11 т.] / Наукове товариство імені Шевченка; гол. ред. проф., д-р Володимир Кубійович. Париж-Нью-Йорк: Молоде життя, 1955–1995.

Ковалинський В. Прагненням до суспільної користі. *Дзеркало тижня*. Стаття з архіву. 8 (433). [Online] Доступно: https://web.archive.org/web/20070311010555/http://www.zn.kiev.ua/nn/show/433/37777/

ДОДАТОК 2

«ФУНКЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦТВА?»



Методична розробка уроку

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Дранічнікова Вікторія Анатоліївна,
викладач Державного навчального закладу
«Подільський центр професійно-технічної освіти»

e-mail: dranijnikova@gmail.com

Тема уроку
«ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ»

Предмет: ***"Основи галузевої економіки"***

Мета уроку:

навчальна: дати знання про умови, порядок створення, реорганізацію та ліквідацію підприємства; розкрити зміст поняття «підприємницька ідея», «підприємство»; показати роль підприємницької діяльності та її значення для розвитку ринкової економіки;

розвивальна: розвивати вміння характеризувати види підприємницької діяльності; аналізувати різні організаційні форми підприємницької діяльності, їхні переваги і недоліки;

виховна: виховувати впевненість на успіх через формування активної життєвої позиції, повагу до підприємництва, цікавість до підприємницької діяльності.

Основні поняття: підприємницька ідея, підприємець, підприємництво, підприємство, види підприємницької діяльності, власний бізнес.

Очікувані результати: після засвоєння теми учні зможуть: тлумачити зміст поняття «підприємницька ідея» і «підприємство»; характеризувати види підприємств; називати переваги і недоліки різних форм підприємницької діяльності; наводити приклади
підприємств у різних сферах економіки; умови, порядок створення, реорганізації та ліквідації підприємств; оцінювати роль підприємця у розвитку ринкової економіки в Україні.

Тип уроку: комбінований.

Епіграф:

Якщо людина розпочинає власну справу з метою «робити гроші», в неї мало шансів розбагатіти. (Дж. Мінго)

Той, хто хоче, робить більше, ніж той, хто може.
Людина лише там чогось домагається де вона сама вірить у свої сили.
(Л. Фейєрбах)

Структура уроку

I. Організаційний момент.
1. Перевірка присутності учнів на уроці.
2. Перевірка готовності учнів до уроку.

II. Перевірка та узагальнення знань учнів.

III. Актуалізація опорних знань та мотивація навчальної діяльності.

IV. Повідомлення теми, мети та очікуваних результатів.

V. Вивчення нового матеріалу за планом.
VI. Узагальнення і систематизація знань.
VII. Підсумки уроку.
VIII. Домашнє завдання.

ХІД УРОКУ

І. Організаційний момент

Викладач перевіряє присутність учнів та їх готовність до проведення уроку.

ІІ. Перевірка та узагальнення знань учнів.

Викладач: Сьогодні ми продовжуємо вивчення теми «Система підприємництва. Організація власної справи». Знання кожного уроку повинні стати путівником у світ бізнесу, які допоможуть кожному із вас започаткувати власну справу, дасть можливість у майбутньому матеріально забезпечувати себе і свою родину.

Давайте перевіримо, що ми вже знаємо про систему підприємництва в Україні.

Вправа «Мозковий штурм»

Продовжити речення … (швидко дати визначення поняттям).

- ✓ Підприємець – це суб'єкт, який……
- ✓ Підприємництво – це самостійна….
- ✓ Інноваційна функція підприємництва полягає у сприянні…
- ✓ Ресурсна функція передбачає…
- ✓ Організаційна функція полягає…
- ✓ Стимулююча функція полягає…
- ✓ При здійсненні підприємницької діяльності, підприємець виконує такі функції….
- ✓ Згідно із Законом України «Про підприємництво в Україні» передбачено такі види підприємництва…..
- ✓ Підприємництво в Україні засновано на таких принципах….
- ✓ Підприємницьку діяльність в Україні можуть здійснювати громадяни, які досягли….

Робота в парах

Заповнити опорну схему «Передумови розвитку підприємництва».

Самостійна робота з тестами .

ІІІ. Актуалізація опорних знань та мотивація навчальної діяльності учнів.

Викладач. Під час трудової діяльності людина обов'язково взаємодіє із навколишнім середовищем, іншими людьми, засобами праці. Більшість людей ще з дитинства виявляють певну схильність до різних видів діяльності. Ви свідомо обрали професію і сподіваєтесь використати знання, уміння та навички, щоб вижити і досягти успіху в ринкових перегонах сьогодення. Мета теми, яку ми вивчаємо, – дати знання з основ підприємницької діяльності, навчити започатковувати власну справу і послідовно здійснити кроки для її реєстрації. Вам доведеться як справжнім підприємцям враховувати закони держави, аналізувати економічні умови вашого регіону, приймати відповідальні рішення щодо здійснення підприємницької діяльності. Ви зможете з'ясувати, чи варто саме Вам займатися бізнесом і що необхідно робити, щоб стати успішною людиною у житті.

IV. Повідомлення теми, мети та очікуваних результатів

Тема 4. Система підприємництва. Організація власного бізнесу.

Урок №5. тема уроку: «Організація власного бізнесу» (робота на уроці супроводжується демонстрацією презентації «Організація власного бізнесу»).

V. Вивчення нового матеріалу

План уроку

- ✓ Чи варто займатися бізнесом.
- ✓ Підприємство як організаційна основа бізнесу.
- ✓ Визначення поняття «підприємницька ідея» і «підприємство».
- ✓ Види підприємств.
- ✓ Вибір форми організації бізнесу.
- ✓ Робота із Законом України «Про підприємство в Україні».

VI. Сприймання й усвідомлення учнями нового матеріалу

1. Чи варто займатися бізнесом.

Бесіда з елементами дискусії

«Чому люди відкривають власну справу?» .

Викладач:

Люди часто думають, що підприємливим треба родитися, мати багато грошей. Люди не вірять, що цього можна навчитися. Що таке підприємливість: набір навичок, які можна засвоїти, чи набір рис, які передаються у спадок? Ось питання номер один. Очевидно, що підприємливість містить і перше, і друге. Природною рисою всіх підприємців є бажання самому розпоряджатися власною долею. З іншого боку, всі підприємці стверджують, що є одна річ, яка не приходить сама собою. Це вміння добре планувати.

Завдання для учнів: «Перевіримо свою підприємливість».

Учні в робочому зошити відповідають письмово на тест.

Висновок: В умовах ринкової економіки практично всі люди мають бути підприємливими, але це не означає, що всі повинні бути й можуть бути підприємцями. Як засвідчує світовий досвід, лише п’ять-десять відсотків населення є представниками підприємницьких кіл.

Тестування учнів на здатність займатися бізнесом.

Викладач: Протестувавши свої здібності, спробуйте проаналізувати свої шанси в різних видах діяльності. Вони значно зростуть, якщо Ви будете враховувати здобуті уміння і навички здобуті на уроках виробничого навчання, власний життєвий досвід, захоплення.

Тренінг «Що я вмію і чого прагну?»

Завдання 1.

Поміркуйте над власними вміннями та захопленнями і заповніть таблицю (додаток) таким чином, щоб у кожній колонці було якомога більше записів.

Завдання 2.

Підкресліть в таблиці яскравим олівцем ті види діяльності, які повторюються в кожній колонці.

Завдання 3.

Сформулюйте чітко сферу діяльності, в якій Ви найбільш обізнані та яка Вас найбільш цікавить.

Висновок: Обрана сфера діяльності – лише напрям руху. Тепер потрібно сказати собі: «Я хочу і можу створити власну справу! Я буду рішучим і наполегливим у досягненні успіху. Що мені для цього потрібно?»

Викладач: Чи можна бути успішним підприємцем без економічної освіти? Економічні знання з основ підприємницької діяльності Ви отримайте при вивченні предметів: економіка, галузева економіка і підприємництво, економіка підприємства.

2. Підприємство як організаційна основа бізнесу Визначення поняття «підприємницька ідея» і «підприємство».

Викладач: Приступаючи до створення власної справи, людина повинна створити підприємницьку ідею і опрацювати нормативно-правові документи із підприємницької діяльності, які розкривають умови, порядок створення, реорганізації та ліквідації підприємства. Закон України «Про підприємство в Україні» зазначає:

Підприємство – організаційно відокремлена та економічно самостійна первинна ланка сфери господарства країни, яка виготовляє продукцію або надає послуги.

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, який здійснює виробничу і комерційну діяльність з метою отримання прибутку.

Підприємницька ідея – вихідна точка, з якої починається власна справа. Задум створення продукції або надання послуги, механізму управління та організації виробництва, застосування певної технології.

3. Види підприємств.

Викладач: Діяльність підприємця починається з визначення напряму діяльності та вибору організаційної структури майбутнього підприємства. Від правильності рішень з цих питань залежить успіх майбутньої справи.

Розглядаємо види підприємств.

За формою власності	За організаційною формою	За масштабом (розміром)	За метою діяльності
приватні колективні державні	одноосібне володіння партнерство корпорації	великі середні малі	прибуткові неприбуткові

Ознаки, що відрізняють одну організаційну форму від інших:

- ✓ кількість учасників створюваного господарюючого суб'єкту;
- ✓ хто є власником капіталу;
- ✓ межі майнової відповідальності;
- ✓ джерела майна господарської діяльності;
- ✓ спосіб розподілу прибутків і збитків;
- ✓ форма управління суб'єктом господарювання.

4. Вибір форми організації бізнесу.

Поради майбутньому підприємцю:

Розпочинаючи свою діяльність, підприємець повинен здійснити вибір щодо:

- ✓ сфери і масштабу діяльності;
- ✓ місця розташування фірми;
- ✓ форми підприємницької діяльності і назви фірми;
- ✓ способу і джерела фінансування та інвестування.

При виборі форм підприємництва беруть до уваги:

- ✓ масштаби діяльності;
- ✓ форму відповідальності підприємця;
- ✓ можливості отримання кредитів;
- ✓ існуючий рівень оподаткування;
- ✓ можливий обсяг реалізації послуг;
- ✓ інше.

Найбільш поширеними є такі організаційно-правові форми підприємництва: одноосібне володіння, товариства (партнерства), корпорації.

Кожна з цих форм має переваги і недоліки.

Робота в зошиті:

- ✓ Порівняйте організаційні форми підприємництва.
- ✓ Подумайте! За якою організаційною формою Ви хотіли б відкрити власну справу?

5. ***Робота із Законом України «Про підприємства в Україні».***

Учні працюють із роздатковим матеріалом

Завдання учням: Проаналізуйте основні положення Закону України «Про підприємства України»:

- ✓ умови створення підприємства;
- ✓ реєстрація підприємства;
- ✓ ліквідація підприємства;
- ✓ реорганізація підприємства.

Викладач: Будь-яке підприємство може бути створено:

а) відповідно до рішення власника майна чи організаційного засновника;

б) внаслідок примусового поділу іншого підприємства згідно із чинним антимонопольним законодавством;

в) шляхом відокремлення зі складу діючого підприємства за рішенням їх трудових колективів, за згодою власника майна;

Кожне підприємство підлягає державній реєстрації. Для цього підприємство подає до органу місцевої влади заяву-рішення засновника підприємства про створення фірми, Статут та інші документи визначені Кабміном України.

Підприємство має бути ліквідоване у випадку: прийняття відповідного рішення власником майна; визнання його банкрутом; заборони діяльності. Підприємство вважається ліквідованим з моменту виключення його з державного реєстру України. Управління підприємством здійснюється відповідно до його Статуту.

VII.Узагальнення і систематизація знань.

Завдання 1. «Хто швидше?»

Яка організаційна форма бізнесу характеризується?

- ✓ власник підприємства має найбільшу ступень свободу (*одноосібне володіння);*
- ✓ юрист склав угоду між 3 особами на спільне відкриття *(партнерство);*
- ✓ велика консалтингова компанія поєднала свій капітал з 2 консультативними фірмами *(корпорація);*
- ✓ я хочу відкрити міні-готель. Яку організаційну форму підприємства доцільно обрати? *(одноосібне володіння);*
- ✓ власник підприємства сам отримує весь прибуток *(одноосібне володіння).*

Завдання 2. Уявіть, що Ви консультуєте трьох друзів, яким необхідна порада щодо визначення сфер бізнесу. Участь у яких формах бізнесу Ви б порадили другові?

VII. Підсумки уроку

Викладач: Світовий досвід переконливо доводить, що сьогодні без винахідливих ділових людей, без розвитку різних форм підприємницької діяльності подальший розвиток ринкової економіки у нашій країні неможливий. Ви, здобувши знання, уміння та навички з

професії, будете мати можливість успішно займатися цим видом діяльності. Адже сфера побутового обслуговування, до якої відноситься ваша професія, існує за рахунок розвитку саме підприємницької діяльності. Перша виробнича практика ознайомить вас з об'єктами підприємництва у цій сфері. Будьте старанні, успішно оволодівайте навичками професії, дізнавайтеся більше про роботу підприємців. Життєвий досвід – основа успіху.

Дебрифінг

- ✓ Яких нових знань ви отримали на уроці?
- ✓ Що запам'яталося найбільше?
- ✓ Де і як ви можете використати отримані знання?

Оцінювання навчальних досягнень учнів

VIII. Домашнє завдання.

1. Опрацювати опорний конспект.
2. Написати есе на тему «Успішне підприємство (підприємець) мого регіону».

ДОДАТОК

ТРЕНІНГ
«ЩО Я ВМІЮ І ЧОГО ПРАГНУ?»

Перед тим, як приступити до пошуку підприємницької ідеї, спробуйте проаналізувати Ваші шанси в різних видах діяльності. Вони значно зростуть якщо Ви будете спиратися на вже здобутий досвід, набуті знання, навички і власні захоплення.

Завдання 1.

Поміркуйте над власними вміннями та захопленнями і заповніть таблицю таким чином, щоб у кожній колонці було якомога більше записів.

Що я вмію робити?	***Що мені подобається робити?***	***Мої захоплення***	***Мої прагнення, мрії***

Завдання 2.

Після того, як таблицю буде заповнено, підкресліть яскравим олівцем ті види діяльності, які повторюються в кожній колонці.

Завдання 3.

Сформулюйте чітко сферу діяльності, в якій Ви найбільш обізнані та яка Вас найбільш цікавить.

_____

_____

Висновок: *обрана сфера діяльності – лише напрямок руху. Тепер потрібно сказати собі: «Я хочу і можу розвивати власну справу! Я буду рішучим і наполегливим у досягненні результату».*

Методична розробка семінарського заняття

ТЕХНОЛОГІЯ ЗАСНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ

Максимчук Галина Іванівна,
викладач Вищого професійного училища №25 м. Хмельницького

e-mail: maksimcukq55@qmail.com

Тема заняття
«ТЕХНОЛОГІЯ ЗАСНУВАННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ»

Дисципліна: ***"Підприємницька діяльність"***

Мета заняття:

навчальна: закріплення й поглиблення знань учнів зі створення власної справи, розробка проєкту підприємницької ідеї, формування вмінь застосовувати набуті теоретичні знання у професійній діяльності, використовувати інформаційно-комунікаційні технології в самостійній і дослідницькій діяльності, оцінювати ринкову ситуацію і приймати оптимальні рішення;

розвивальна: формування підприємницького типу мислення, розвиток критичного мислення, ділових якостей, пам'яті, уваги, пізнавальної самостійноті, навичок групової роботи, вміння вирішувати проблеми;

виховна: формування професійно значущих особистих якостей, виховання ініціативності, підприємливості, активної життєвоїпозиції, почуття відповідальності за виконану роботу.

методична: впровадження технологій колективно-групового навчання (з елементами проєктної технології).

Тип уроку: семінарське заняття.

ХІД УРОКУ

1. Організаційна частина.

- ✓ Привітання.
- ✓ Перевірка наявності учнів.

2. Повідомлення теми, мети уроку.

Тема сьогоднішнього уроку: «Технологія заснування власної справи».

Мета уроку: закріпити і поглибити знання учнів зі створення власної справи, сформувати вміння застосовувати набуті теоретичні знання у професійній діяльності, проаналізувати процес створення власної справи.

3. Актуалізація та мотивація навчання.

Викладач. Підприємницька діяльність – одна з основних форм господарської діяльності в системі ринкових відносин. Тому вміння організовувати власну працю, передбачивши всі ризики, є обов’язковою умовою успішності працівника. Обрана вами спеціальність «Комерційна діяльність», тісно пов’язана з підприємництвом, можливо дехто з вас започаткує власну справу. Давайте уявимо, що ви вирішили відкрити власну справу. Перш за все, ви маєте визначитись з асортиментом продукції, адже саме товарний асортимент є ключовим фактором у конкурентній боротьбі торгівельних підприємств.

Для того, щоб перейти до розгляду основного матеріалу нашої теми прошу дати відповідь на наступні запитання:

Викладач: Дайте визначення поняття «підприємництво».

Учні: *Самостійна, ініціативна господарська діяльність, спрямована на отримання прибутку, що здійснюється на власний ризик суб'єктами підприємницької діяльності*

Викладач. Перерахуйте основні функції підприємця.

Учні: *Організаційна; ресурсна; стимулююча; інноваційна (творча).*

Викладач: Які види підприємницької діяльності вам відомі?

Учні: *Виробнича; комерційна; фінансова; посередницька; страхова.*

Викладач: Ми знаємо, що підприємства за класифікацією поділяються за розмірами. Скажіть будь ласка які бувають підприємства за розмірами.

Учні: *Малі, середні та великі.*

4. Основна частина уроку.

Викладач: Для створення проєкту «Створи свою справу» учні заздалегідь об'єдналися у команди, кожна команда отримала творче завдання.

Творче завдання.

Підготуйте презентацію підприємницької ідеї для створення проєкту «Створи свою справу».

Для реалізації поставленого завдання визначте:

- ✓ напрям діяльності підприємства;
- ✓ асортимент товару;
- ✓ інтер'єр підприємства (оренда чи купівля, площа);
- ✓ необхідне обладнання та сировина для реалізації проєкту.

По закінченню роботи над проєктом визначте лідера команди, який буде представляти проєкт.

Відповіді будуть оцінюватись від 0 – 3 балів по кожному з перерахованих показників, максимальна кількість балів 12.

Викладач: Щоб перейти до творчого завдання проведемо тест на виявлення ваших підприємницьких здібностей.

***Тест* «Оцінка підприємницьких здібностей»**

П.І. учня/учениці _____

Особистісні характеристики

1. Чи хотіли б Ви керувати або бути відповідальним за що-небудь? _____
2. Чи хотіли б Ви самостійно приймати рішення? _____
3. Чи до вподоби Вам конкуренція і конкурентні ситуації? _____
4. Чи володієте Ви силою волі і самодисципліною? _____
5. Чи постійно Ви складаєте плани на майбутнє? _____
6. Чи знаходите Ви спільну мову з іншими? _____

Особисті передумови

7. Якщо буде необхідним, чи здатні Ви працювати від 10 до 15 годин на добу? _____
8. Чи готові Ви відмовитися від Вашої гарантованої кар'єри? _____
9. Чи готові Ви піти на тимчасове зниження Вашого рівня життя? _____
10. Чи готова Ваша сім'я підтримати Вас у Вашому новому починанні? _____
11. Чи готові Ви до того, що Ви можете втратити вкладені Вами гроші? _____
12. Чи заздрите Ви успіху ваших знайомих? _____

Викладач: Якщо серед ваших відповідей на запитання тесту є десять «Так», то це означає, що ви маєте здібності до підприємницької діяльності.

Якщо на більшість запитань Ви відповіли «Ні», тоді Вам необхідно ще над собою працювати, щоб розвинути підприємницькі здібності.

Але у нас в командах таких немає. Цей тест показав, що усі ви готові до створення власної справи, маєте відповідні знання, лише залишилось сформувати певні навички, тому перейдемо до розгляду ваших виконаних творчих завдань.

Викладач: Прошу командам представити презентацію підприємницької ідеї для створення проєкту «Створи свою справу».

Орієнтовний план захисту проєкту.

1. Визначити підприємницьку ідею для створення проєкту «Створи свою справу».
2. Очікуваний напрям діяльності, унікальність продукції чи послуги.
3. Яке обладнання потрібне для здійснення проєкту.
4. Вибір місця розташування підприємства.

Отже, ви всі представили власні проєкти і тепер ми перевіримо як ви засвоїли матеріал даної теми.

Викладач: Давайте виконаємо завдання по визначенню розмірів підприємства:

Підприємство	Тип за розмірами
Будівельна фірма, в якій працює 209 осіб	
Швейний цех, у якому працює 58 осіб	
Приватна школа, у якій працює 68 осіб	
Завод «Новатор», на якому працює 1796 осіб	
Фотостудія, у якій працює 12 працівників	

Викладач: Знайдіть відповідність між поняттям та його визначенням:

1. Підприємець.
2. Підприємницька ідея.
3. Успіх.
4. Прибуток.
5. Комерційна ідея.
6. Підприємницький ризик.
7. Капітал.
8. Статут підприємства.
9. Установчий договір.

а) угода, яка укладається між двома або кількома засновниками щодо створення підприємства певним шляхом;

б) офіційно зареєстрований документ, який визначає форму власності підприємства, сферу його діяльності, спосіб управління та контролю, порядок утворення майна підприємства та розподілу прибутку, порядок реорганізації та інші положення, які регламентують діяльність юридичної особи;

в) сума коштів, необхідна для започаткування та здійснення виробництва (діяльності);

г) ризик, що виникає при будь-яких видах діяльності, пов’язаних із виробництвом продукції, товарів, послуг;

д) ідея, яка може бути використана для створення нового підприємства або нового напряму діяльності вже існуючого;

е) грошові кошти, отримані від усіх видів діяльності підприємства;

є) позитивний результат підприємницької діяльності;

ж) конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення;

з) суб'єкт, що поєднує у собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

4. Підсумок.

Викладач: Хочу зазначити, що ви успішно справилися із поставленими завданнями. Кожний проєкт заслуговує оцінки відміно. Тепер ви вже знаєте до чого у вас є хист і який тип справи ви обрали для відкриття. Прийшов час подумати про втілення задуманого та продовжити роботу над ідеєю долучитися в майбутньому до числа підприємців.

Оголошення тематичних оцінок учням групи (враховуючи роботу кожного учня протягом вивчення цієї теми).

5. Домашнє завдання.

1. Розробити рекламне оголошення про відкриття своєї справи в мережі Інтернет.
2. Дослідити та визначити:
   - ✓ десять найкращих товарів Хмельницької області;
   - ✓ трьох успішних підприємців Хмельниччини.

Методична розробка уроку

ВИМОГИ ДО ВИБОРУ ПАРТНЕРА ПО БІЗНЕСУ

Попіль Наталія Олексіївна,
викладач економічних дисциплін
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: popilnatali@ukr.net

Тема уроку
«ВИМОГИ ДО ВИБОРУ ПАРТНЕРА ПО БІЗНЕСУ»

Дисципліна: ***спеціальний курс "Основи підприємництва"***

Мета уроку:

навчальна: *ознайомити учнів та сформувати в них відповідні знання щодо відокремлення необхідних характеристик та обґрунтування вибору потенційного партнера для створення безпечних умов ведення бізнесу; набути вміння налагоджувати ділові контакти; дати можливість учням зрозуміти для себе чи варто відкривати бізнес одному, чи знайти однодумців-партнерів; ознайомитись з досвідом успішних підприємців.*

розвивальна: *розвивати в учнів пізнавальний інтерес до даної теми, логічне, критичне та аналітичне мислення, увагу, пам'ять; вміння самостійно отримувати знання для саморозвитку та вдосконалення себе як особистості.*

виховна: *виховувати в учнів необхідні підприємницькі якості, такі як: відповідальність, цілеспрямованість, креативність та наполегливість у досягненні цілей.*

Тип уроку: *комбінований.*

ХІД УРОКУ

І. Організаційна частина:

- ✓ *привітання, перевірка наявності учнів;*
- ✓ *контроль готовності учнів до уроку.*

ІІ. Цільова установка уроку (мотивація):

Погодившись у попередній темі із тим, що комунікації в бізнесі відіграють неабияку роль і навіть мають вплив на прибуток, тому варто приділити час вивченню саме вимог до вибору тих, з ким вам прийдеться комунікувати і налагоджувати стосунки протягом своєї підприємницької діяльності.

Пояснення характеру і послідовності роботи учнів на уроці.

ІІІ. Формування нових знань (Додаток 1)

1.1. Суть партнерства у бізнесі.
1.2. Переваги й недоліки партнерства.
1.3. Вимоги для партнерів по бізнесу.

IV. Перевірка засвоєння нових знань:

- ✓ На що важливо звернути увагу при виборі потенційного партнера?
- ✓ Що потребує особливої уваги перед підписанням важливих юридичних документів?
- ✓ Що корисного ви для себе взяли з досвіду Андрія Ніколова, міжнародного бізнес-тренера?
- ✓ Як вийти з бізнесу мирно?
- ✓ Якими порадами можна скористатись, якщо вибір бізнесового партнера помилковий?
- ✓ Які існують важливі правила при виборі бізнесового партнера?
- ✓ Які критерії вибору бізнес-партнера для вас виявилися пріоритетними?

V. Рефлексія (підведення підсумків уроку).

Коментування активності учнів на уроці *(з обґрунтуванням).*

VI. Домашнє завдання:

Опрацювати теоретичний матеріал щодо вибору партнерів по бізнесу. Використовувати додаток 1 та додаткові джерела[1]:

VII. Список рекомендованої літератури

1. Балабанова Л. В., Чернишева С. В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: монографія. Донецьк: ДонНУЕТ, 2009. 280 с
2. Коваль Т.А., Яхкінд В.П. Дослідження маркетингу партнерських відносин як інструмент стартегічного управління підприємством. Бізнесінформ, 2014. №4. С.441-448.
3. Чухрай Н. І., Криворучко Н.І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія. Львів : Растр-7, 2008. 360 с.
4. Стрій Л. О. Маркетингове управління на рубежі XXI століття: системне дослідження : монографія. Одеса : Астропринт, 2000. 304 с.
5. Балабаниць А.В. Методологічні засади формування стратегічного партнерства в полі маркетингової взаємодії підприємств. Вісник Донецького національного університету економікуи і торгівлі. 2010. № 3. С.82-93.
6. Кузнєцова К.О., Храмцова М.В. Особливості пошуку зарубіжних партнерів для здійснення міжнародної діяльності підприємств інформаційно-комунікаційної галузі. *Актуальні проблеми економіки та управління.* 2019. *№13.* URL: http://ape.fmm.kpi.ua/article/view/153854/153429.
7. Літітанскас І.Ю. Методи дослідження існуючих та потенційних партнерів підприємства. *Економіка. Менеджмент. Бізнес*. 2014. №2. С.194-200.
8. НВ: Бізнес, 2021. Ольшевський І. Як знайти «свого» бізнес-партнера (Останнє оновлення: 20.06.17) Доступно: https://biz.nv.ua/ukr/experts/jak-znajti-svogo-biznes-partnera-1517181.html (Дата звернення 19.05.21).

VIII. Оголошення теми наступного уроку.

[1] Бізнес-партнерство для «чайників» https://cutt.ly/una5cud
Що потрібно проговорити з партнером до запуска бізнесу https://cutt.ly/HnswyRo
Організаційні структури партнерського бізнесу https://cutt.ly/0nswbTZ

ДОДАТОК 1
МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ЛЕКЦІЇ
(етап уроку – формування нових знань)

"Вибір співзасновника майже так само важливий, як і партнера в стосунках, а конфлікт колишніх партнерів виглядає так само огидно, як розлучення" – Пітер Тіль.

1. СУТЬ ПАРТНЕРСТВА У БІЗНЕСІ

Хто все ж таки наважується відкривати власну фірму, то замислюється над одним з важливих питань – необхідність знайти партнерів по бізнесу. Це – один із найскладніших етапів. Тому важливо зрозуміти для себе: чи варто відкривати бізнес одному, чи все-таки знайти однодумців-партнерів і вияснити на яких умовах з ними співпрацювати.

Власний капітал – основна причина організації бізнесу через партнерство. Почати власний бізнес, маючи кілька сотень доларів в кишені, в сучасному світі неможливо. Навіть для організації малого бізнесу потрібні чималі фінансові вкладення. Банківські кредити дуже дорогі. В таких умовах підприємцю потрібний інвестиційний партнер. Організація спільного бізнесу необхідна і в разі, якщо ви розширюєте сферу діяльності і якщо входите на незнайомий вам сегмент ринку. Якщо ви хочете мати можливість розділити з кимось ризики і відповідальність, вам необхідний власний невеличкий колектив – тобто партнер. Він зможе допомогти разом подолати труднощі і невдачі, особливо при організації бізнесу. Зможете також заощадити на персоналі. Один з партнерів може вирішувати ділові проблеми, інший в цей час організовує поставку товарів і обладнання, обдзвонювати потенційних клієнтів і постачальників. Тобто можна зекономити витрати на заробітну плату, хоча ви не отримуєте оплати за витрачену працю і кошти.

Головний плюс ведення партнерського бізнесу – синтез знань при колективній діяльності: не маючи достатнього досвіду одній людині складно передбачити всі нюанси, ризики організації бізнесу, тоді як спільне обговорення проблем допоможе виробити правильне стратегічне рішення. Більший ефект вийде якщо ви з компаньйоном люди різного складу, з різними підходами до вирішення проблем. Правда при такому варіанті можливі конфліктні ситуації. У разі, якщо у вас є достатній стартовий капітал, ви довіряєте тільки собі, не слухаєте нічиїх порад і готові самотужки переносити труднощі, партнерство в цьому випадку ні до чого. Якщо хоча б один з перерахованих вище факторів відсутній, партнерський бізнес краще, ніж самостійний.

2. ПЛЮСИ І МІНУСИ БІЗНЕС-ПАРТНЕРСТВА

Переваги бізнес-партнерства:

- ✓ підтримка партнера: фінансова, консультаційна, організаційна та найголовніше емоційна.
- ✓ поділ відповідальності – в цьому випадку обов'язки діляться порівну;
- ✓ можливість розмежування сфер діяльності і контролю;
- ✓ швидке реагування на проблеми з декількох сторін і багатогранне бачення проблеми;
- ✓ зниження ризиків у бізнесі за рахунок більш великих знань і умінь кожного партнера і т. д.

Недоліки бізнес-партнерства:

- ✓ розподіл доходу в залежності від ролі і внеску кожного учасника в спільну справу;

- ✓ необхідність в умінні пристосуватися до особистості партнера з огляду на індивідуальні особливості характеру;
- ✓ в разі припинення партнерських відносин настане поділ спільного бізнесу, а це може привести до значного збитку компанії.

Бізнес-партнерство – явище широко поширене в бізнесі, і при грамотному підході і вчасно складених юридичних документах може зіграти вам на руку, так як має дуже багато плюсів. Але найважливіше – це прагнення обох ділових партнерів довести загальну справу до успіху, взаєморозуміння, виручка і колективна робота.

3. ВИМОГИ ДО ВИБОРУ ПАРТНЕРІВ ПО БІЗНЕСУ

3.1 Досвід В. Іонан, заступника міністра цифрової трансформації[2]

Нічого не вчить нас краще, ніж власні помилки. У мене, як і у багатьох підприємців, стався перший неприємний досвід.

Мій бізнес починався з маленького маркетинг-агентства, де було всього 2 людини – я і мій партнер. Сьогодні до повного 4-річчя бізнесу залишилися лічені місяці, а він уже перетворився на цілу групу компаній для стартапів, малого і середнього бізнесу. Ми все це збудували самі, почавши, коли нам було по 23 роки, без залучення зовнішніх інвестицій та грантів, шляхом кропіткої роботи і постійного реінвестування. Можна із упевненістю сказати, що багато в чому розвинутися і вирости так швидко нам вдалося виключно завдяки моделі партнерства.

Ми створювали маркетингове агентство для стартапів з екс-партнером. Бізнес виявився неуспішним з багатьох причин. Основну з яких я визначаю для себе як неправильний вибір партнера.

Неправильний вибір партнера – це відсутність синхронізації за спільними цілями, нерівноцінний розподіл часток і відповідальності, розбіжність у цінностях і планах з розвитку, різне бачення операційної роботи компанії. Словом, повний дисонанс у всьому. Ми розійшлися, і я залишила весь бізнес екс-партнерові.

Незважаючи на те, що в партнерстві ми були всього не більше 6 місяців, і всі розлучення, як відомо, болючі, цей кейс багато чому мене навчив, а саме:

- ***Не чекати, що все зміниться.*** Якщо ви не домовилися про щось на старті, або на самому початку роботи відчуваєте, що не маєте спільного бачення і у вас виявилися різні цілі, найімовірніше, так триватиме і далі – тільки гірше. Краще вчасно зупинитися, щоб остаточно не втратити бажання ще коли-небудь будувати бізнес.
- ***Не боятися зруйнувати, щоб побудувати щось нове.*** Я вчасно зупинилася в минулому проєкті, видихнула, проаналізувала ситуацію і окреслила чіткі рамки того, як я хочу розвиватися далі. Знайшла тренд, який активно розвивався в США і адаптувала його в Україні в іншому сегменті.

[2] НВ: Бізнес, 2021. Партнерство в бізнесі: за і проти (Останнє оновлення: 5.09.2018). Доступно: https://biz.nv.ua/ukr/experts/partnerstvo-v-biznesi-za-i-proti-2492404.html (Дата звернення: 19.05.2021)

- ***Знайти те, в чому ти кращий.*** Не потрібно все життя шукати справу своєї мрії, важливо просто робити те, що виходить. Ґрунтуючись на цьому принципі, я побудувала свою компанію.

Вибір бізнес-партнера

***Як можна визначити чи підходить вам потенційний партнер*?**

У кожного підприємця свій погляд на це питання, але я вважаю, що ви можете почати разом працювати, якщо:

- ✓ ви впевнені в професійності свого партнера – точно знаєте, що людина може і виконуватиме свою роботу добре (досвід реалізації проєктів, репутація на ринку, динаміка позитивних відгуків);
- ✓ у вас схожі цінності та пріоритети в житті;
- ✓ у вас схожий спосіб життя, так ви легше розумітимете одне одного;
- ✓ у вас легко відбувається комунікація на будь-які, навіть найскладніші, теми;
- ✓ у вас склалося єдине бачення партнерських відносин, які відповідають вашим моральним і професійним принципам.

Точки контролю ефективного партнерства
незалежно від сфери діяльності

- ***Юридичні аспекти***

Перед підписанням важливих юридичних документів:

- ✓ зробіть внутрішній меморандум, в якому чітко пропишіть все те, про що домовилися; також домовтеся, що «ваше слово – сильніше за будь-які договори»;
- ✓ тут же пропишіть термін, на який ви домовилися, і право вето (думаю, що вони мають бути у кожного партнера на свою зону відповідальності);
- ✓ зафіксуйте правила виходу (якщо ви розлучаєтеся: у кого має бути пріоритетне право викупу частки, за ким залишається бренд, команда і т.п., на яку компенсацію претендує інший партнер та від чого залежить її розмір);
- ✓ якщо з партнером щось трапляється і він стає недієздатним, хто замість нього виконуватиме ці функції; чи хочете ви, щоб це була людина з сім'ї або волієте, щоб була заздалегідь узгоджена інша кандидатура з команди або іншого бізнесу (з цією людиною тоді також треба обговорити всі умови), а також проговоріть страхування, заповіт, інструкції та дії в разі форс-мажорних ситуацій;
- ✓ складіть контракт.

Психологічно важкий, але важливий етап на старті. Нічого страшного тут немає, це як шлюбний контракт: біля вівтаря люди клянуться любити один одного до труни, але думають про те, як будуть розлучатися, ділити дітей, майно.

Тут аналогічно. Потрібно домовлятися відразу.

- ***Комунікація***

Незалежно від того, відчуваєте ви необхідність чи ні – проводьте регулярні, краще щотижневі зустрічі з партнером. Навіть якщо ви щодня працюєте пліч-о-пліч і сидите за одним столом, це щотижневий must have – робоча зустріч поза офісом, для обговорення і закриття всіх тактичних питань. Це допоможе завжди залишатися на зв'язку і тримати руку на пульсі, а також розуміти стан партнера і помічати щось важливе. Домовтеся про правила постійної комунікації та правило першого дзвінка – комунікувати одне з одним постійно, щоб не виникало проблем, коли хтось дізнається інформацію про клієнта/команду раніше.

- ***Pay or Do.***

Якщо партнер у якийсь момент втомився або йому все просто набридло, краще залишити цей бізнес. Є така фраза: pay or do. Ти або робиш, або платиш, тобто або працюєш і робиш внесок працею, або інвестуєш, платиш за бізнес.

Коли засновник компанії перестає приносити цінність, він компанії не потрібен.

Найчастіше така людина просто робить зауваження і заважає працювати. Тоді він і є тим самим обмеженням, яке тягне компанію донизу. І це привід зібратися, домовитися, продати частку або відмовитися від оперативного управління.

- ***Кризи***

Домовтеся про те, як вирішуватимуться конфліктні ситуації, які відбуваються в команді. Хто на них реагує і як. Домовтеся і фіксуйте, як відбуваються суперечки, у кого є право вето, щоб це не треба було пояснювати щоразу.

- ***Правило допомоги і відповідальності***

Домовтеся про відповідальність кожного за свою зону і в яких випадках можна брати участь в зоні партнера. Умовно кажучи, що вважати критичною точкою, коли потрібна допомога партнера.

- ***Розподіл особистого і професійного, а також критика***

Показуйте, що ви поважаєте рішення партнера. Але в разі незгоди вчіться аргументовано вказувати на його помилки, а також приймати об'єктивну критику щодо своїх. Незважаючи на те, що це важка щоденна праця і постійна готовність приймати інших, абсолютно різних людей і їхню точку зору, я щиро вірю, що тільки завдяки партнерству можна побудувати бізнес і стати лідером на ринку.

8.2 . Досвід Андрія Ніколова, міжнародного бізнес-тренера[3]

Партнерство – це завжди win-win
(безпрограшний варіант)

Дуже часто, коли перед нами виникає ідея створення власного бізнесу, ми шукаємо партнера. Чому? Усе просто – удвох не так страшно. У добі 24 години, і помічник не завадить.

А ще партнерство позбавляє від відчуття самотності власника, коли багато порадників, але ніхто з тобою не поділяє всі ризики на рівних.

Є ще одна причина – для розподілу ролей. Якщо розглядати класичне партнерство, то з двох партнерів один – енергійний мрійник, комунікабельний візіонер, а інший – структурований прагматик, який бере на себе всю рутину: фінанси, плани, документи. Вони доповнюють один одного: один активно генерує ідеї, інший його заземляє, фокусується на потоковій роботі, і де потрібно – стримує. Таким чином, проявляється золота середина і бізнес дозріває.

Поки все погано, все добре

Класичне ділове партнерство на двох описує схема "братів Грімм". За легендою, брати писали свої казки, розподіливши ролі: один брат мандрував і збирав історії, легенди, фольклор, інший – записував, структурував і редагував.

Наприклад, у ресторанному бізнесі розподіл ролей може виглядати таким чином: один партнер налагоджує зовнішні зв'язки з постачальниками, підрядниками, податковою,

[3] Економічна правда, 2021. Свої у бізнесі. Як знайти надійного партнера (Останнє оновлення: 12.03.2019). Доступно: https://www.epravda.com.ua/columns/2019/03/12/646019/ (дата звернення 19.05.21)

пожежними, інший організовує внутрішні процеси ресторану – складає меню, наймає і навчає персонал, спілкується з клієнтами. Прекрасна концепція: партнери доповнюють один одного, бізнес зростає.

І поки все погано, все добре. Що це означає? Поки бізнес не приносить доходу, поки немає часу відпочити, поки кожен розуміє, що викладається на 100%, взаємини між партнерами добрі, вони цінують один одного.

Згодом бізнес налагоджується, виходить у плюс. Вільного часу у власників стає більше, процеси налагоджені, функції делеговано, справа дає результат.

На цьому етапі проявляється класична пастка партнерства: люди перестають бачити цінність роботи один одного. Починаються взаємні претензії типу "я вирішую всі питання в полях, цілодобово мотаюся містом, а у нього в ресторані "тепла ванна і тепличні умови" або "ні, це я на місці з ранку до вечора розгрібаю рутину, поки він незрозуміло де і чим займається".

У реаліях українського малого і середнього бізнесу до справ підключається й родина і каже: "чому ти повинен все робити, а не він, чим у цей час зайнятий твій партнер?" Деякі включають у бізнес-процеси дружину або чоловіка.

Так формується дисбаланс у структурі. Роль партнера в спільній справі переоцінюється, поточна роль втрачає вагу, з'являються приховані і явні претензії.

Компанія "пробиває дно власного човна", починаються проблеми.

Кейс братів Мак Дональдс[4]

Якщо на старті партнери компенсують один одного якостями, то вже через якийсь час ці ж відмінності починають грати проти них.

Бізнес сам може викинути партнерів за борт і прямувати, набираючи обертів.

Часто в партнерстві трапляється так, що один компаньйон хоче розвиватися, а інший наполягає на розміреному розвитку компанії. Перший сповнений ідей і хоче літати, а інший гне консервативну лінію спокійного ведення бізнесу.

На моїх очах такі партнерства гинули. Так, в Одесі померла одна з найбільших швидкозростаючих торгових мереж "Рорус", яку продали "Сільпо". Один партнер хотів розвитку, інший до ідеї ставився скептично, хотів налагодити існуючі процеси. Такі розбіжності, "пробоїни в човні" занапастили компанію. Класичний приклад зі світової практики – бізнес братів Мак Дональдс. Добре і ясно описали цю трагічну історію у фільмі "Фаундер". Спочатку брати не хотіли давати франшизу Мак Дональдс, розуміючи, що втратять якість. Вони не хотіли розвиватися. У результаті їх витіснили з бізнесу досить агресивним шляхом. І бренд "Мак Дональдс" пішов у власне всесвітнє плавання.

План виживання

Що ж робити? Якщо коротко – робіть висновки з таких історій, не мовчіть, не допускайте гострих проявів конфліктів, працюйте над стосунками зі своїм партнером.

Як обрати партнера

Основний критерій вибору партнера – надійність. Причому надійність, перевірена в дрібницях. У процесі спільної роботи довіра переходить у впевненість. Найкраще середовище для вибору партнера – робоче місце. Коли ви вже попрацювали з людиною в одній компанії, на одному проєкті, ви отримуєте ідеальне і цілісне 3D-уявлення про партнера. Часто люди

[4] Franchise Capatal, 2021. Коротка історія величної мережі McDonald's. (Останнє оновлення: 22.03.20). Доступно: https://franchise-capital.com/blog/istoriyi-velikih-franchajzeriv-mcdonalds/ (Дата звернення: 19.05.21).

створюють навколо себе певний образ. Потенційно ми можемо бачити в людях партнера. Але конфлікт можна розгледіти завчасно, ще на етапі вибору. Адже всі процеси відбуваються на глибинному рівні, на рівні цінностей. Саме для цього потрібно на етапі вибору програти з потенційним партнером життя, поспостерігати за реакціями, поглядами, баченням. Є така традиція: "Перед весіллям подружжю потрібно зробити спільний ремонт. Якщо ремонт переживуть, то і шлюб буде міцним та вдалим". Програйте цей ремонт зі своїм майбутнім партнером.

Крок 1. Перевірка на маленьких проєктах. Спільна організація пікніка або дня народження розповість багато про що. Наприклад, як людина ставиться до спільних домовленостей, дедлайнів, чи бере на себе відповідальність за ризики і як реагує на форс-мажори. Поведінка партнерів може бути неоднозначною.

Крок 2. Бути дуже уважним до партнера. Намагайтеся більше спілкуватися, обговорювати негативні сценарії, політики поведінки. Що правильно, а що неправильно. Тісне спілкування покаже, як людина веде комунікацію, які її життєві пріоритети. З деталей діалогу можна скласти загальну картинку, і зрозуміти його майбутні поведінкові реакції.

Крок 3. Знайти арбітра. Якщо в бізнесі планується партнерство на двох, найкраще залучити надійну людину з боку, яка і в майбутньому буде для них арбітром, психологом і ментором. Тією людиною, яка зможе сісти з ними за стіл переговорів і закликати до порядку.

Як вийти з бізнесу мирно

Потрібно добре розуміти, що конфлікти трапляються. Всі успішні партнерства неможливі без конфліктів. Конфлікти – природний наслідок розвитку. Якщо непорозуміння сталося, важливо пам'ятати про головне: ви разом почали цей бізнес, перед вами сидить ваш партнер, і з вашого боку важлива готовність до компромісу. Проявіть емпатію (співчуття, співпереживання), побудьте хвилинку в його шкурі, спробуйте зрозуміти мотиви партнера. Не забувайте, що відносини – такий же цінний актив, як рахунок в банку або нерухомість, а поганий мир кращий за хорошу війну. Якщо розумієте, що партнерство зайшло в глухий кут, ідеальний варіант – зафіксувати збитки, призупинити партнерство, і рухатися далі окриленим і навченим досвідом самому. Безумовно, образи залишаються. Але час лікує, а ми здобуваємо досвід. Тому що бізнес – це всього лише бізнес. Гроші заробляються і губляться. Статки наживаються і обнулюються. Але є певні моральні речі, через які не можна переступати. Кожен несе відповідальність за все, що робить в житті, в тому числі, і за вибір партнера. Якщо вам з партнером вже не по дорозі, потрібно розуміти, що частина відповідальності все ще лежить на вас. У конфліктах, що виникають у партнерстві, винні обидва. Якщо спільний бізнес не вийшов, значить десь недоговорили, недопрописали, недопояснили, щось приховали. У таких ситуаціях важливо дотримуватися домовленостей, виконувати їх, зберігаючи людську подобу.

4. НАЙКРАЩІ КРИТЕРІЇ ВИБОРУ ДІЛОВОГО ПАРТНЕРА

Короткий опис того, що слід шукати діловому партнеру, щоб сформувати успішне ділове партнерство.

Пристрасть

Одним з ключових факторів, який повинен мати партнер у бізнесі, є пристрасть. В ідеалі простіше співпрацювати з кимось, хто має рушійну силу для досягнення цілей вашої компанії, ніж працювати з кимось, кого підштовхували для виконання певного завдання. Добре знати, що в бізнесі час – це гроші. Це означає, що конкретне завдання має бути

виконане з певним періодом часу, щоб здійснити місію. Шукайте когось, хто готовий пожертвувати часом і зробити свій бізнес головним пріоритетом.

Те саме бачення

Вам буде дуже легко досягти поставлених бізнес-цілей, якщо ви працює те з кимось, з ким поділяєте бачення. Місія виконується наполовину, якщо особа, яка бере участь, має добре структуроване бачення та стратегію. Це змусить вас обох працювати над однаковим баченням, взяти однакову кількість зобов'язань і зробити все, щоб бачення було досягнуто протягом встановленого часу.

Ділові мережі

Доцільно шукати партнера, чия підприємницька мережа має широкі зв'язки. Не слід шукати любителя, який нічого не знає в бізнесі. Добре шукати того, хто знає, де взяти товар за низькими цінами або де продати товар за відносно більш високими цінами.

Досвід

Якщо ви ніколи не займалися бізнесом, який хочете розпочати, було б чудовою ідеєю залучити партнера, який має певний рівень досвіду. Досвід у бізнесі справді важливий, особливо з точки зору оцінки ризиків, оцінки сезону та мінімізації витрат. Хороший досвідчений партнер зможе надати цілком надійні рішення.

Творчість

Добре мати поруч когось, хто є креативним і має неперевершену здатність пропонувати нові ідеї для покращення компанії.

Творчий діловий партнер є великим активом для будь-якої компанії. Вони здатні придумати бренд, який має чіткий імідж. Свіжа ідея завжди повинна залучати нових клієнтів. Це добре, оскільки ініціює ріст ринку продукції, а отже, і бізнес.

Фінансова міцність

Капітал або фінанси – це життєва сила бізнесу, і без фінансової стабільності підприємство однозначно зазнає краху. Тому, як підприємцю, вам слід вибрати ділового партнера, який має фінансові сили. Фінансові можливості дозволять вам досягти цілей, які ви поставили як партнерство. Шукайте партнера, який має хороший кредитний звіт і фінансове управління якого не викликає сумнівів.

Комфорт з ризиком

Якщо ви шукаєте ділового партнера, вам було б добре вибрати когось, хто має високу толерантність до ризику. Без ризику пам'ятайте, що в діловому світі ви нічого не зможете досягти. Часом ви стикаєтесь із певними ситуаціями, які вимагають від вас вийти зі своєї зони комфорту і ризикувати своїми грошима.

Якщо ви шукаєте когось, хто любить грати в безпеці, в кінцевому підсумку ви нічого не отримаєте. З іншого боку, у вас повинен бути партнер, який дещо обережно ставиться до грошей, які має бізнес. Ми говоримо про те, що вам слід обрати того, хто може знайти баланс між ризиком та обережністю.

Хороший ухвалювач рішень

Успішний бізнес – це результат правильних рішень. Коли у вас є хороший особа, що приймає рішення; хтось, хто може зважувати різні ситуації та мати можливість проводити аналіз чи очікування в майбутньому – це те, що вам потрібно у підприємництві.

Чесний та надійний

При веденні партнерських відносин між вами та іншим партнером повинна бути домовленість про відсутність ведення конкуруючого бізнесу. Якщо вам доводиться складати партнерські стосунки, чесний та надійний партнер є ключовим фактором для того, щоб мати дуже успішне підприємство.

Партнерство з близьким другом або родичем? [5]

Це далеко не завжди хороша ідея. Ведення спільного бізнесу з близькою людиною – теж ризик, ви ризикуєте посваритися через ділові незгоди. Важко критикувати рідного брата, сестру за помилки, ви не зможете об'єктивно оцінити їх діяльність, в результаті – страждають і відносини, і бізнес. Краще дружити з партнером, ніж вести спільний бізнес з близькою людиною.

Висновок: Отже, вибір способу ведення бізнесу – поодинці або з партнерами індивідуальне рішення кожного бізнесмена. Цей крок повинен бути продуманий, зважені всі позитивні і негативні сторони такого рішення, адже ви визначаєте свою долю як мінімум на кілька років, як максимум – на все життя. Не бійтеся закріплювати свої партнерські відносини офіційним договором, навіть якщо ви вважаєте свого партнера ідеальним кандидатом. Це не прояв недовіри, а бажання отримати гарантії справедливого взаємовигідного партнерства на благо спільної справи.

[5] Поради юриста, 2021. Спільний бізнес. Три критерія для вибору партнера.[online] Доступно: https://porady.org.ua/sovmestnyy-biznes-3-kriteriya-dlya-vybora-partnera (Дата звернення: 19.05.21)

Методична розробка уроку

ВИТРАТИ ТА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМЦЯ

Шклярук Людмила Василівна,
викладач Державного навчального закладу
«Полонський агропромисловий центр професійної освіти»

e-mail: shklyaruk@gmail.com

Тема уроку
«ВИТРАТИ ТА ПРИБУТОКПІДПРИЄМЦЯ»

Дисципліна: ***«Основи галузевої економіки»***

Мета уроку:

навчальна: сформувати знання про витрати підприємця та їх види, про формування економічного прибутку; показати за рахунок чого відбувається зростання підприємницького доходу та як між собою пов'язані дохід, витрати ті прибуток підприємця; сформувати вміння розраховувати валовий дохід, загальні витрати, прибуток та рентабельність виробництва.

розвивальна: розвивати логічне мислення, спостережливість, самостійність.

виховна: сприяти розвитку економічного світогляду учнів; виховувати любов та повагу до обраної професії, прагнення працювати самостійно.

Очікувані результати: учні повинні розпізнавати поняття «валовий дохід», «витрати», «прибуток»; характеризувати постійні, змінні та загальні витрати; аналізувати умови виникнення збитків; шляхи зменшення витрат на виробництві; розрізняти види витрат підприємця; розраховувати валовий дохід, загальні витрати, прибуток та рентабельність

ХІД УРОКУ

І. Організаційний момент.
Підготовка учнів до уроку, емоційне налаштування, перевірка присутніх.
ІІ. Перевірка домашнього завдання.

ІІ. Актуалізація знань
Контрольні запитання.
1. Перерахуйте найважливіші якості, які повинен мати підприємець.
2. Назвіть основні функції підприємця.
3. Розкрийте суть ресурсної функції підприємця.
4. Який вибір повинен здійснити підприємець, розпочинаючи власну справу?

ІІІ. Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності.

«Гонитва за прибутком – єдиний спосіб, за допомогою якого люди можуть задовольнити потреби тих, кого вони взагалі не знають» (*Ф. фон Хайєк).*

Як ви розумієте зміст даного вислову? (Прибуток є винагородою фактору підприємництва. Підприємець міг би витратити кошти для власного задоволення, але вклав їх у виробництво товарів.)

Розглянемо такі запитання:

- ✓ Як зміниться величина плати за електроенергію за один урок, якщо на уроці замість тридцяти учнів будуть присутніми лише десять?
- ✓ Чи можна стверджувати, що плата за опалення закладу у вихідні дні (коли уроки не проводяться) буде меншою, ніж у робочі дні?
- ✓ Чи будуть однаковими витрати на пошив двох і п'яти однакових за розміром курток?

(Усі витрати можна розглядати за різними ознаками; найбільш використовувані – залежно від обсягів виробництва – на постійні та змінні витрати).

IV. Вивчення нового матеріалу

Будь-яке виробництво пов'язане з витратами. Витрати підприємства складаються з усієї суми витрат на виробництво продукції та її реалізацію. Витрати поділяються на постійні та змінні.

Постійні витрати (FC-fixed costs) підприємства – це ті, що не залежать від обсягу виробництва. Вони залишаються незмінюваними для фірми. До них відносять : витрати на опалення та освітлення приміщень, заробітну плату адміністративно-управлінського персоналу, орендну плату, амортизаційні відрахування, відсотки за кредит тощо. Ці витрати повинні бути оплачені навіть у випадку зупинки підприємства.

Змінні витрати (VC-variable) – це затрати, які безпосередньо залежать від кількості виробленої продукції, хоча у розрахунку на одиницю продукції вони залишаються незмінними. До змінних відносяться витрати на сировину, матеріали, паливо, електроенергію, тару та інші затрати чисто виробничого призначення. Змінними витратами підприємець може управляти шляхом зміни обсягів виробництва.

Суму постійних і змінних витрат виробництва називають ***загальними витратами*** фірми (total costs – TC). Тому формулою загальних витрат є:

$$TC = FC + VC,$$

де TC (total costs) – загальні витрати, FC (fixed costs) – постійні витрати, VC (variable costs) – змінні витрати.

Результативним показником діяльності підприємства є ***прибуток.*** Формула прибутку.

Прибуток = дохід – витрати

Валовий (загальний) дохід (TR) – це сума доходу, отриманого від продажу певної кількості продукції:

$$TR = P \times Q,$$

де TR (total revenue) – загальний доход; P (price) – ціна одиниці продукції; Q (quantity) – обсяг проданої продукції.

Чистий прибуток (NPr) – частина економічного прибутку, що залишилася після виплати податків і платежів.

$$NPr = Pr – T,$$

де NPr (net profit) – чистий прибуток, T (tax) – податок на прибуток.

Податок на прибуток підприємств – 18%
Податок на доходи фізичних осіб – 18%
Військовий збір – 1,5%.

Рентабельність – це відносний показник ефективності роботи підприємства.

$$P = П/C,$$

де P- рентабельність, П – прибуток, C – собівартість.

Гра «Побажання другу»

На кожну літеру слова «прибуток» напишіть слово-бажання в економічному сенсі, а потім підійдіть до друга й подаруйте йому це побажання.

«П» – прибутку, продуктивності, правдивості, приходу, приросту, процвітання, повноти, попиту, платоспроможності, планомірності, пропозицій, передбачуваності.

«Р» – результату, рішучості, рентабельності, розвитку.

«И»

«Б» – багатства, блага, безперервності, балансу, бартеру, бізнесу.

«У» – упевненості, успішності.

«Т» – товарообігу, толерантності, творчості, торгівлі, таланту, толку.

«О» – охайності, організованості, оперативності, обачності, обміну, обороту, обережності.

«К» – коштів, користі, культури, компетентності, конкурентоспроможності, капіталу, кругообігу, корисності, кваліфікації.

V. Закріплення нових знань, умінь і навичок

Завдання №1.

Розподіліть подані витрати на постійні та змінні, відповідь оформіть в таблиці.

Методична доцільність: формування навичок самостійної роботи, самооцінки та самоконтролю

Змінні витрати	Постійні витрати

1. Витрати на матеріали.
2. Витрати на оренду.
3. Витрати на заробітну плату головного бухгалтера.
4. Витрати на виплату кредиту.
5. Витрати на заробітну плату головного бухгалтера.
6. Витрати на заробітну плату пекаря.
7. Витрати на заробітну плату директора.
8. Витрати на ремонт обладнання.
9. Витрати на комунальні послуги.
10. Витрати на борошно у пекарні.
11. Витрати на запчастини в авторемонтній майстерні

Завдання №2.

Дві фірми виробляють один і той самий товар. Визначте який бізнес ефективніший.

Фірма	«Альфа»	«Бета»
Річний дохід	1 млн. грн..	1,5 млн. грн..
Витрати	0,75 млн. грн..	1 млн. грн..

Прибуток = Дохід – Витрати

«Альфа» Прибуток 1млн-0,75млн.= 0,25млн.

«Бета» Прибуток1,5млн. – 1млн.= 0,5млн.

Відповідь: ефективним буде бізнес фірми «Бета»

Завдання №3.

Швейне підприємство планує реалізувати 600 літніх костюмів. Собівартість одного з них 150 грн., а ціна 350 грн. Визначте:

а) прибуток від реалізації одного виробу;

б) прибуток від реалізації всіх виробів;

Розв'язання

1) 350 – 150 = 200 грн. – прибуток від реалізації одного виробу.

2) 600 х 200 =120000 грн. – прибуток від реалізації всіх виробів.

VI. Домашнє завдання

Завдання . Напишіть поняття, визначення яких подані нижче.

Методична доцільність: формування навичок самостійної роботи, самооцінювання та самоконтролю, вдосконалення вміння користуватися навчальними Інтернет-ресурсами.

1. _____ – оплата зовнішнім постачальникам за ресурси, що не належать власникам даної фірми.
2. _____ – різниця між загальними доходами та сумою явних і неявних витрат.
3. _____ – витрати на власний і самостійно використовуваний ресурс фірми.
4. _____ – це ті виплати, які фірма повинна зробити постачальникам необхідних ресурсів.
5. _____ – витрати, які не пов'язані з обсягами виробництва продукції.
6. _____– сума грошей, яку отримало підприємство від реалізації продукції за певний час.
7. _____– частина виторгу, що залишається після відшкодування всіх витрат на виробничу та комерційну діяльність підприємства.
8. _____ – це рівень прибутку, який спонукає власника бізнесу залишити свої ресурси в їх нинішньому способі використання.
9. _____– приріст загального виторгу підприємства від збільшення продажу на одну додаткову одиницю продукції.
10. _____– це різниця між загальним доходом та явними витратами.

Методична розробка уроку

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ

Салабай Наталія Сергіївна,
викладач Вищого професійного училища №25 м. Хмельницького

e-mail: salabai.natalya@gmail.com

Тема уроку
«КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ТОВАРУ»
(дистанційна форма)

Дисципліна: ***"Ринкові дослідження"***

Мета уроку: Пояснити учням критерії та чинники конкурентоспроможності товару.
Проаналізувати Матрицю Бостонської Консультаційної Групи.

Тип уроку: комбінований.

Оснащення уроку: ПК, Google Диск, Classroom, uk.wikipedia.org, відеоканал YouTube, Інтерактивні ресурси: LearningApps.org.

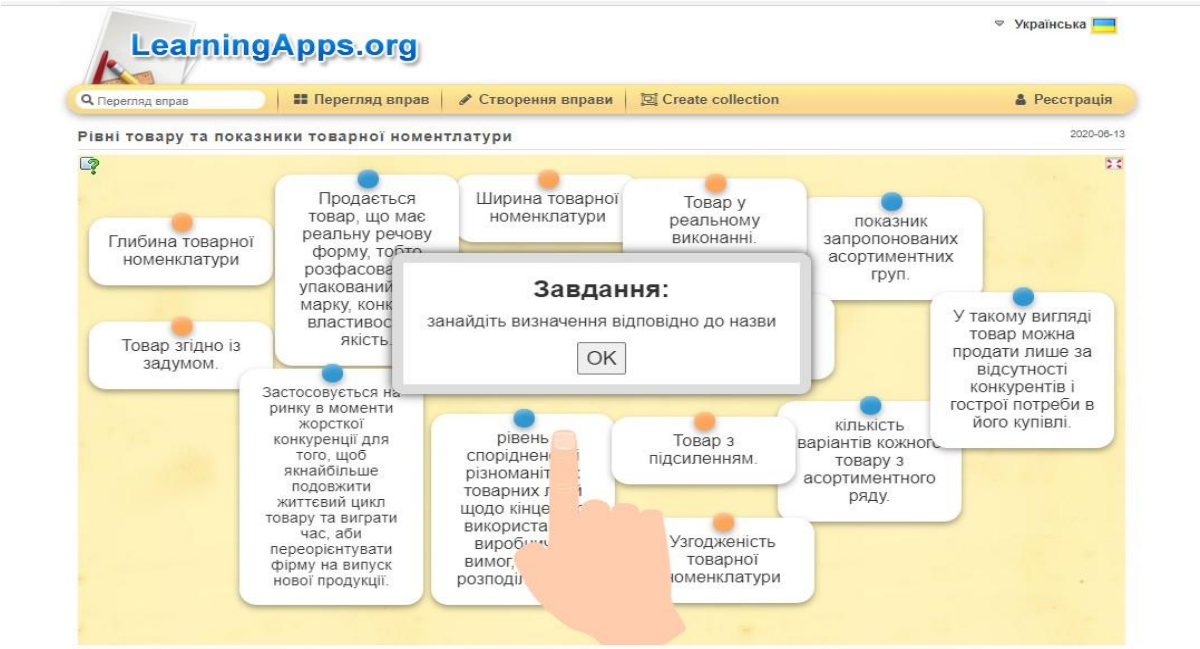
Інструкція

Для опрацювання цієї теми вам необхідно мати доступ до персонального комп'ютера / смартфона / планшета / ноутбука + робочий зошит. Виконуючи дане завдання, дотримуйтеся інструкції.

ХІД УРОКУ

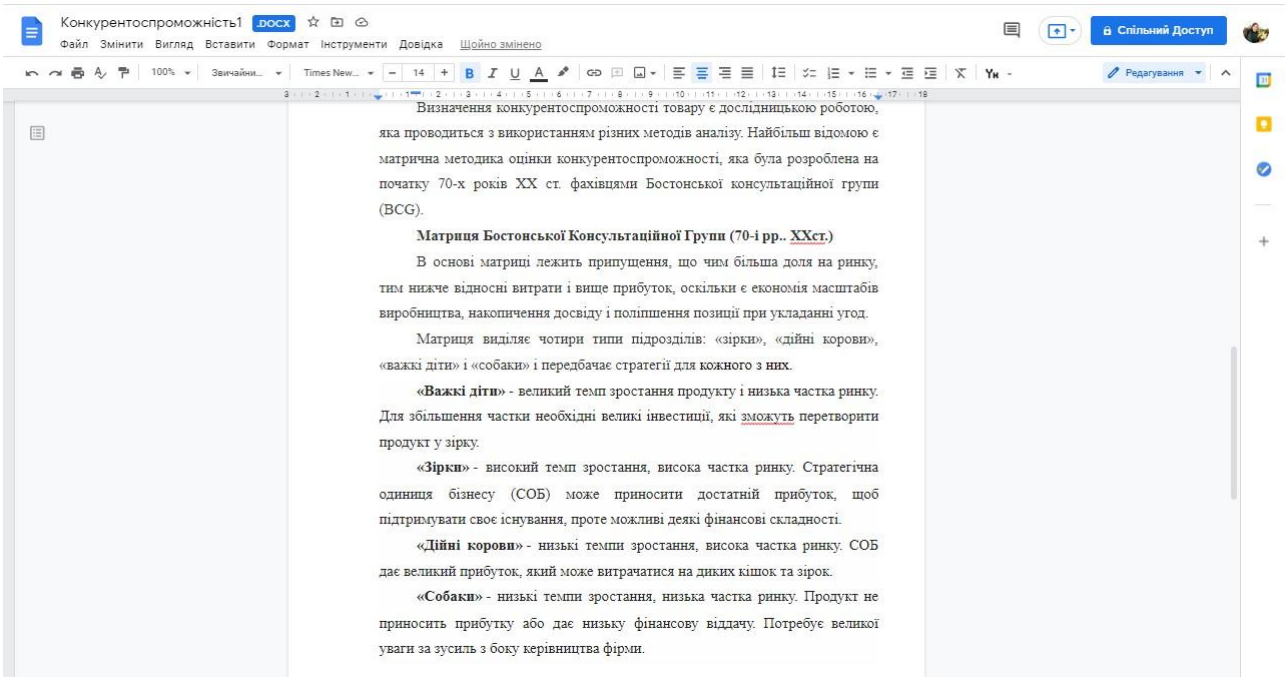
Повторення попереднього матеріалу:

Виконайте інтерактивну вправу за посиланням:
https://learningapps.org/display?v=podkbo4s320



Вивчення нового матеріалу: Опрацюйте конспект теми **«Конкурентоспроможність»**

https://drive.google.com/file/d/1gpMRwkfGQcN4ypP2jA_XIYSTWQW5u0nH/view?usp=sharing



Визначення конкурентоспроможності товару є дослідницькою роботою, яка проводиться з використанням різних методів аналізу. Найбільш відомою є матрична методика оцінки конкурентоспроможності, яка була розроблена на початку 70-х років XX ст. фахівцями Бостонської консультаційної групи (BCG).

Матриця Бостонської Консультаційної Групи (70-і рр.. XXст.)

В основі матриці лежить припущення, що чим більша доля на ринку, тим нижче відносні витрати і вище прибуток, оскільки є економія масштабів виробництва, накопичення досвіду і поліпшення позиції при укладанні угод.

Матриця виділяє чотири типи підрозділів: «зірки», «дійні корови», «важкі діти» і «собаки» і передбачає стратегії для кожного з них.

«Важкі діти» - великий темп зростання продукту і низька частка ринку. Для збільшення частки необхідні великі інвестиції, які зможуть перетворити продукт у зірку.

«Зірки» - високий темп зростання, висока частка ринку. Стратегічна одиниця бізнесу (СОБ) може приносити достатній прибуток, щоб підтримувати своє існування, проте можливі деякі фінансові складності.

«Дійні корови» - низькі темпи зростання, висока частка ринку. СОБ дає великий прибуток, який може витрачатися на диких кішок та зірок.

«Собаки» - низькі темпи зростання, низька частка ринку. Продукт не приносить прибутку або дає низьку фінансову віддачу. Потребує великої уваги за зусиль з боку керівництва фірми.

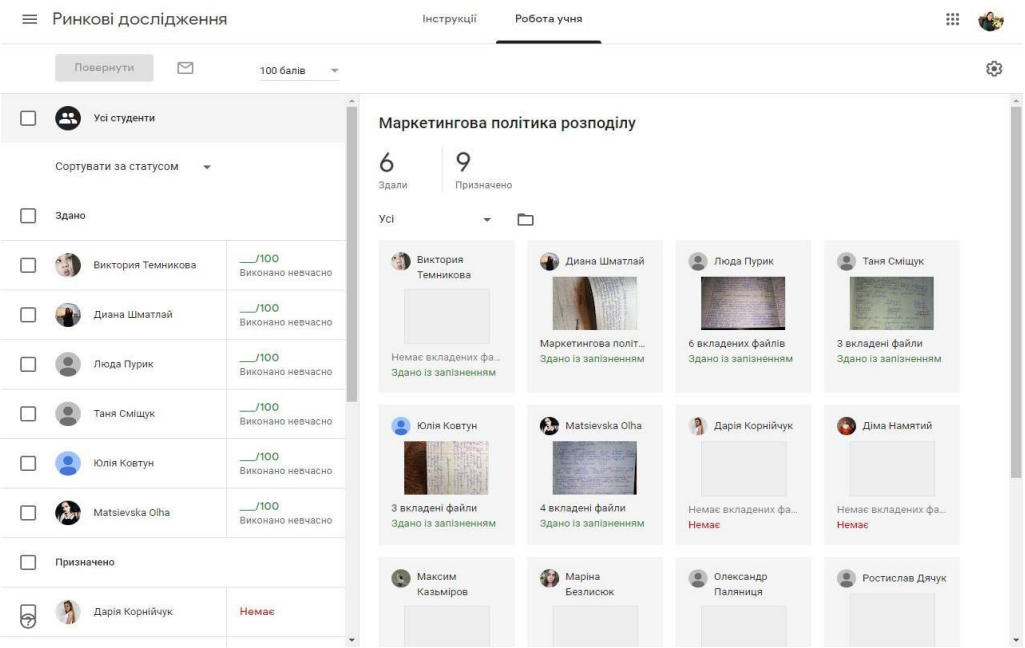
Закріплення нового матеріалу:

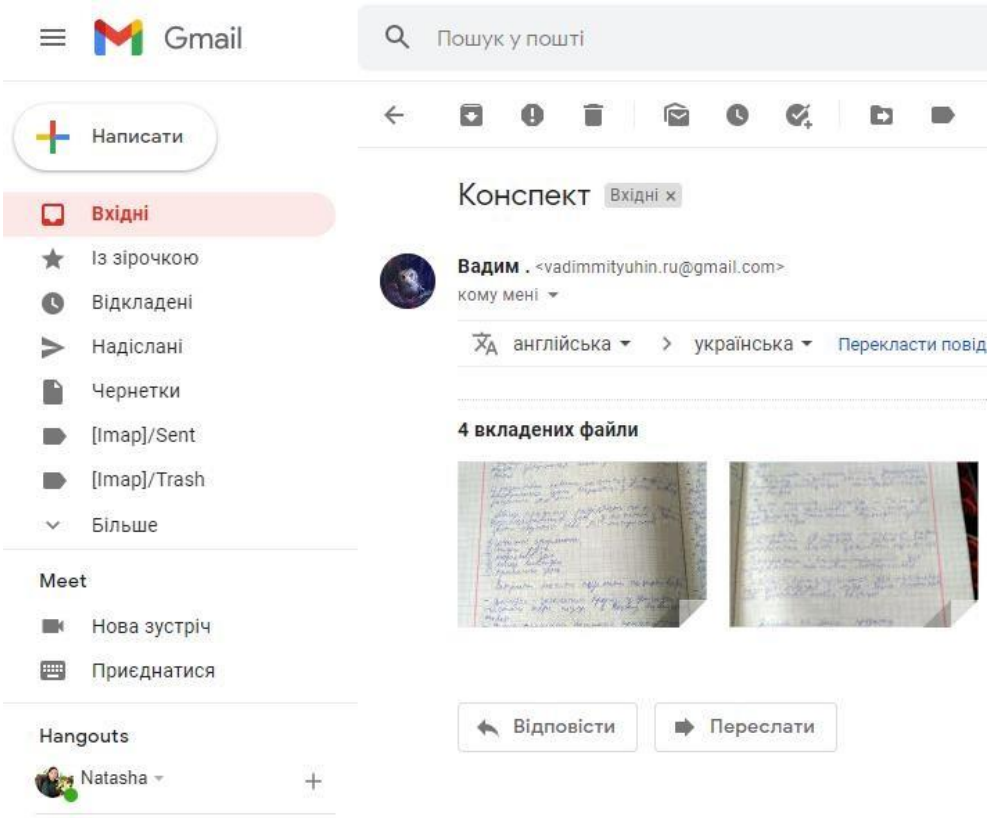
Виконайте інтерактивну вправу за посиланням:

https://learningapps.org/display?v=paatg6rgn20

Домашнє завдання:

Фото конспекту матеріалу та інтерактивні вправи надіслати в Classroom (приєднати у завданні).





Методична розробка уроку

ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ЇЇ ЗАХИСТ

Доротюк Олена Володимирівна,
викладач Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: olenadorotuk0@gmail.com

Тема уроку
«ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ ТА ЇЇ ЗАХИСТ»

Дисципліна: ***спеціальний курс "Основи підприємництва"***

Мета уроку:

Навчальна: *навчити учнів орієнтуватися у системних основах створення, правової охорони, захисту і комерційної реалізації об'єктів права інтелектуальної власності.*

Розвивальна: *розвивати в учнів пізнавальний інтерес до даної теми, логічне мислення, вміння самостійно отримувати знання для саморозвитку та вдосконалення себе як особистості.*

Виховна: *виховувати в учнів відповідальність, цілеспрямованість, наполегливість, чесність, повагу, людяність.*

Тип уроку: *комбінований.*

ХІД УРОКУ

І. Організаційна частина:

- ✓ *привітання, перевірка готовності учнів;*
- ✓ *готовність учнів до уроку: зовнішній вигляд, вимкнення гучності телефонів, наявність зошитів, ручок;*
- ✓ *психологічне налаштування учнівського колективу.*

ІІ. Цільова установка уроку *(мотивація).*

Розкрити учням поняття інтелектуальної власності, що потребує захисту; визначити основні методи захисту інтелектуальної власності.

ІІІ. Формування нових знань.

Повідомлення ***плану уроку***

1. Поняття інтелектуальної власності.
2. Захист прав інтелектуальної власності.
3. Тренінг: «Створення» назви і логотипу компанії, торгового чи товарного знаку, торгової марки».

3.1 Вправа: «Ідеї щодо фірми, звідки їх брати?».

3.2 Вправа «Візитка компанії».

Повідомлення нової навчальної інформації: лекція (*Додаток 1*).

IV. Закріплення нового матеріалу:

Проведення тренінгу «Створення назви логотипу компанії, торгового чи товарного знаку, торгової марки» (*Додаток 2*).

Творче завдання:

1. Складіть схему співвідношення наступних понять: «інтелектуальна власність», «об'єкт права інтелектуальної власності», «об'єктивне право інтелектуальної власності» та «суб'єктивне право інтелектуальної власності».

2. Зобразіть схематично систему джерел права інтелектуальної власності.

3. Складіть схему суб'єктів права інтелектуальної власності.

V. Перевірка засвоєння нових знань

Завдання для роздумів:

ТзОВ «Мобільний звук» уклало з приватною кіностудією «Світанок» авторський договір (строком на 12 місяців), за яким товариство отримало виключне право використовувати (шляхом відтворення, розповсюдження та сповіщення) музичні твори з кінофільму у формі рінґтону, реалтону та рінґбектону .

Через два місяці після підписання договору з'ясувалося, що конкурент товариства – ПП «Доріжка» розповсюджує музичні твори до згадуваного кінофільму через свій вебсайт як рінґтони до мобільних телефонів. Тому ТзОВ «Мобільний звук» звернулося у господарський суд з позовом про заборону ПП «Доріжка» здійснювати відтворення, розповсюдження та сповіщення спірних музичних творів, а також щодо стягнення з відповідача 500 тис. грн. компенсації за порушення авторського права.

У судовому засіданні представник відповідача – адвокат Р. Гаркун заперечив проти позову, оскільки за авторським договором ТзОВ «Мобільний звук» були передані лише виключні права на використання музичних творів, що ж до права дозволяти чи забороняти їхнє використання, то воно у договорі не згадане, й тому належить кіно-студії «Світанок» (яка до суду позов не подавала). Окрім цього, на думку Р. Гаркуна, позивач не подав жодних належних доказів для обґрунтування розміру заявленої компенсації, а тому сума розміром в 500 тис. грн. не може бути стягнена.

Запитання: проаналізуйте ситуацію та аргументи сторін.

- ✓ Хто має право забороняти неправомірне використання твору?
- ✓ Як визначається розмір компенсації за порушення авторських прав?
- ✓ Яке рішення повинен винести суд?

VI. Рефлексія (підведення підсумків уроку).

Аналіз діяльності учнів у процесі всього уроку

- ✓ Якою була тема уроку?
- ✓ Що ви дізналися нового?
- ✓ Які види роботи на уроці вам більше всього сподобались?
- ✓ Як із завдань, що ми вирішували, можуть допомогти вам?
- ✓ Які труднощі виникли в роботі?

Повідомлення та обґрунтування оцінок відповідно до критеріїв оцінювання навчальних досягнень

VII. Домашнє завдання: Переглянути фільм «Пірати силіконової долини», «Startup com». Кожному учаснику зробити висновки до переглянутих фільмів.

VIII. Список рекомендованої літератури

1. Аврамова О. Є., Ревелюк І. С. Система суб'єктів інтелектуальної власності. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. 2013. №6(980). С. 30-33.
2. Бондаренко С. В. *Авторське право та суміжні права*. К. : Ін-т. інтел. власн. і права, 2008. 288 с.
3. *Енциклопедія інтелектуальної власності* / за ред. проф. П. П. Крайнєва. К. : Старт-

98, 2012. 660 с.
4. Офіційний вебпортал Державної служби інтелектуальної власності України, 2021. *Інтелектуальна власність – компоненти взаємодії* [Електронний ресурс]. Доступно: http://sips.gov.ua/ua/city.html.

IX. Оголошення теми наступного уроку:
«Підприємницька ідея. Вибір життєздатної підприємницької ідеї».

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

ЛЕКЦІЯ
«ПОНЯТТЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ. ЗАХИСТ ПРАВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ»
(для етапу повідомлення нової інформації)

ПЛАН

1. Поняття інтелектуальної власності.
2. Захист прав інтелектуальної власності.

1. Поняття інтелектуальної власності[6]

Відповідно до ст. 54 Конституції України громадянам гарантується свобода літературної, художньої, наукової і технічної творчості, захист інтелектуальної власності, їхніх авторських прав, моральних і матеріальних інтересів, що виникають у зв'язку з різними видами інтелектуальної діяльності.

Право інтелектуальної власності становить окремий інститут цивільного права. Його норми закріплені у книзі четвертій ЦК України – «Право інтелектуальної власності» (12 глав, які об'єднують 90 статей).

Відповідно до ст. 418 ЦК України: "Право інтелектуальної власності - це право особи на результат інтелектуальної, творчої діяльності або на інший об'єкт права інтелектуальної власності".

Поняття "інтелектуальна власність" виникло в процесі тривалої практики юридичного закріплення за певними особами їхніх прав на результати інтелектуальної діяльності у промисловій, науковій, художній, виробничій та інших сферах.

Відносини у суспільстві щодо створення і використання об’єктів інтелектуальної власності регулюються системою правових норм, що узагальнено називається правом інтелектуальної власності.

До об'єктів права інтелектуальної власності відносяться:

- ✓ літературні та художні твори;
- ✓ комп'ютерні програми;
- ✓ компіляції даних (бази даних);
- ✓ фонограми, відеограми, передачі (програми) організацій мовлення;
- ✓ наукові відкриття;
- ✓ винаходи, корисні моделі, промислові зразки;
- ✓ компонування (топографії) інтегральних мікросхем;
- ✓ раціоналізаторські пропозиції;
- ✓ сорти рослин, породи тварин;
- ✓ комерційні (фірмові) найменування, торговельні марки (знаки для

[6] Патентбюро, 2021. Що таке інтелектуальна власність? Доступно: http://www.patent.net.ua/intellectus/patentbureau_news/about_intellectual_property/1033/ua.html

товарів і послуг), географічні зазначення;

- ✓ комерційні таємниці (ст.420 ЦКУ).

Об´єктом права інтелектуальної власності може бути лише нематеріальний об´єкт – результат інтелектуальної, творчої діяльності. Проте, не кожний результат творчої діяльності визнається об´єктом права інтелектуальної власності, а лише той, який є об´єктом охорони Цивільним кодексом України та іншими законами України про інтелектуальну власність.

Суб´єктами права інтелектуальної власності можуть бути передусім творці цієї власності. Творцем об´єкта інтелектуальної власності може бути будь-яка фізична особа незалежно від віку. Творцями багатьох об´єктів інтелектуальної власності бувають малолітні і неповнолітні діти та інші недієздатні. Це первинні суб´єкти права інтелектуальної власності, яке на підставі закону чи договору може перейти до інших фізичних чи юридичних осіб – правонаступників – суб´єктів права інтелектуальної власності як похідних.

Юридичні особи за ЦК не можуть бути творцями, але вони можуть стати первинними суб´єктами права інтелектуальної власності в силу закону[7].

2. Захист прав інтелектуальної власності

Інтелектуальна власність, як і будь-який інший вид власності, часто є об'єктом протиправних дій з боку третіх осіб і, відповідно, потребує правового захисту[8].

Відповідно до законодавства України право інтелектуальної власності включає в себе особисті немайнові права (право на визнання людини творцем об'єкта інтелектуальної власності тощо) і майнові права (право на використання об'єкта інтелектуальної власності, право дозволяти або перешкоджати неправомірному використанню та ін.) Обсяг прав на об'єкт інтелектуальної власності визначено нормативно-правовими актами, зокрема, Цивільним кодексом України та відповідними законами.

Очевидно, що для захисту прав інтелектуальної власності, насамперед, необхідно цими правами володіти, а також мати документальне підтвердження своїх прав (патент, свідоцтво, ліцензійний договір тощо).

Існує дві **форми захисту права інтелектуальної власності**:

- ✓ юрисдикційна;
- ✓ неюрисдикційна**.**

У разі **неюрисдикційної форми захисту** особа, права якої порушено, самостійно здійснює дії із захисту своїх прав без залучення державних органів. Такими діями може бути, наприклад, повідомлення порушника про скоєне ним правопорушення з пропозицією вирішення спору шляхом переговорів.

Ефективний захист прав інтелектуальної власності може забезпечити кваліфікована допомога професіоналів[9].

Згідно з Цивільним кодексом України (п. 2 ст. 432) можливі наступні **способи захисту прав інтелектуальної власності судом**:

- ✓ вживання негайних заходів щодо попередження порушення права

---

[7] 11 пласких питань про авторське право, піратство і китайські підробки. Доступно: https://konkurent.ua/publication/46468/11-plaskih-pitan-pro-avtorske-pravo-piratstvo-i-kitayski-pidrobki/

[8] Патентбюро, 2021. Як захистити свої товари і послуги? Доступно: http://www.patent.net.ua/intellectus/patentbureau_news/about_intellectual_property/1011/ua.html

[9] Про авторське право говорить начальник відділу підготовки реєстрації авторського права Держдепартаменту інтелектуальної власності Ірина Кузьмова: https://www.youtube.com/watch?v=wgTzRkslGcA&NR =1 https://www.youtube.com/watch?v=-SIqBC6ttxs&NR=1

інтелектуальної власності та збереження відповідних доказів;

- ✓ призупинення пропуску через митний кордон України товарів імпорт чи експорт яких здійснюється з порушенням права інтелектуальної власності;
- ✓ вилучення з цивільного обороту товарів, виготовлених або введених у цивільний оборот з порушенням права інтелектуальної власності;
- ✓ вилучення з цивільного обороту матеріалів та знарядь, що використовувалися переважно для виготовлення товарів з порушенням права інтелектуальної власності;
- ✓ застосування разового грошового стягнення замість відшкодування збитків за неправомірне використання об'єкта права інтелектуальної власності. Розмір стягнення визначається відповідно до закону з урахуванням вини особи та інших обставин, що мають істотне значення;
- ✓ опублікування в засобах масової інформації відомостей про порушення права інтелектуальної власності та зміст судового рішення про таке порушення.

Міжнародний захист інтелектуальної власності

Розвитком та захистом інтелектуальної власності в усьому світі займається Всесвітня організація інтелектуальної власності (ВОІВ), заснована при ООН в 1976 році.

ВОІВ сприяє підписанню нових міжнародних угод та модернізації національних законодавств, заохочує адміністративне співробітництво між країнами, надає технічну допомогу країнам, що розвиваються, і утримує служби, які полегшують міжнародний захист винаходів, знаків та промислових зразків.

При ВОІВ діє центр по арбітражу та посередництву. З 1999 року ВОІВ надає послуги по врегулюванню суперечок, які виникають при реєстрації та використанні найбільш поширених типових назв доменів в Інтернеті (.com, .net, .org).

ВОІВ здійснює управління 21 угодою, які охоплюють основні аспекти інтелектуальної власності. Двома ключовими угодами є Паризька конвенція про охорону промислової власності (1883) та Бернська конвенція про охорону літературних та художніх творів (1886).

ДОДАТОК 2

ТРЕНІНГ
«СТВОРЕННЯ НАЗВИ ЛОГОТИПУ КОМПАНІЇ, ТОРГОВОГО ЧИ ТОВАРНОГО ЗНАКУ, ТОРГОВОЇ МАРКИ» [10]

Мета: активізувати знання учнів, розвивати вміння аналізувати, критично і творчо мислити.

Навчальні матеріали: великі аркуші паперу (фліпчарт), маркери, мультимедійна презентація.

Методи: вправи, робота в групі, бесіда, обговорення, аналіз.

Учні в групах працюють над назвою фірми, котра б передавала зміст тієї діяльності, якою буде займатись підприємство. Викладач наголошує, що назва має бути короткою і такою, щоб легко можна було підібрати рекламний слоган. Відповідно до назви фірми та виду діяльності учні розробляють макет логотипу фірми. Наприкінці вони представляють свою роботу, відбувається обговорення, виявлення найкращих назв та логотипів.

Вправа: «Ідеї щодо фірми, звідки їх брати?»

Мета: активізувати мислення учнів, формувати якості підприємливої особистості.

Обладнання: ватман або листи з альбому для фліпчарта, фломастери, липка стрічка.

Хід вправи

Викладач утворює декілька підгруп, роздає кожній плакат: «Ідеї щодо фірми – звідки їх брати». Учні повинні ознайомитися із інформацією, наведеною в додатку 1, перенести схему на великий аркуш паперу і доповнити своїми ідеями. Після виконання завдання викладач пропонує, щоб представники груп представили свої пропозиції.

Висновок: Підводячи підсумки ідей груп, викладач пропонує вказати ті, які на думку учасників найцікавіші.

Вправа «Візитка компанії»

Мета: показати учням, що у разі появи ідеї створення власного бізнесу потрібно ще до початку активних дій ретельно зважити всі можливості, врахувати перепони і ризики розпочатої справи.

Обладнання: ватман, маркери, олівці, липка стрічка.

Хід вправи

Викладач утворює з числа учасників три групи, дає завдання уявити, що група є новоствореною компанією і потрібно створити її візитку. На початку вправи викладач записує на дошці ключові питання, які повинні враховувати учасники при виконанні завдання.

1. Назвіть вашу компанію.
2. Хто ваші споживачі? Чого хочуть ваші споживачі?
3. Придумайте і прорекламуйте вашу компанію.

По завершенню презентацій учасники оцінюють роботу інших груп.

Висновок: Отже, якщо з'явилась ідея створення власного бізнесу, потрібно ще до початку активних дій ретельно зважити всі можливості, врахувати перешкоди і ризики розпочатої справи.

Підсумки тренінгу

1. Спробуйте сформулювати власне визначення поняття «інтелектуальна власність»?

Я вважаю, що інтелектуальна власність – це …

[10] https://koloro.ua/ua/blog/dizain/30-luchshih-logotipov-v-istorii.html

Методична розробка уроку

ПОДАТКОВО-БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ

Зінчук Ганна Володимирівна,
викладач Державного навчального закладу
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»

e-mail: zinchyk_olga@ukr.net

Тема уроку
«ПОДАТКОВО-БЮДЖЕТНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ»

Дисципліна: ***"Основи галузевої економіки і підприємництва"***

Мета уроку: сформувати у здобувачів освіти поняття про податково-бюджетну політику; навчити розрізняти стимулюючу та стримуючу фінансову політику;
характеризувати принципи економічної політики; аналізувати можливості впливу на загальний стан економіки; продовжити розвивати економічне мислення.

Тип уроку: комбінований.

Структура уроку

I.	Організаційний момент	2 хв
II.	Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти	7 хв
III.	Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності	2 хв
IV.	Вивчення нового матеріалу	23 хв
V.	Закріплення нових знань і вмінь здобувачів освіти	9 хв
VI.	Підсумок уроку	1 хв
VII.	Домашнє завдання	1 хв

ХІД УРОКУ

I. Організаційний момент

II. Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти

Гра «Відкритий мікрофон».

Передаючи один одному уявний мікрофон, здобувачі освіти висловлюють свої думки щодо інфляції в Україні (не на оцінку).

Ділова гра «Економічний ланцюжок»*

1. Підвищення загального рівня цін. (Інфляція)
2. Показник швидкості зростання цін. (Темп інфляції)
3. Вид інфляції, який виникає при збільшенні витрат виробництва і зменшенні сукупної пропозиції. (Інфляція витрат)
4. Антиінфляційний захід, який передбачає жорсткі обмеження на щорічне збільшення грошової маси. (Довгострокова грошова політика)
5. Антиінфляційний захід, що передбачає злам у психології споживачів. (Послаблення інфляційного очікування)
6. Скорочення державного сектору. (Роздержавлення)
7. Вид інфляції, що виникає в умовах нестачі продукції. (Інфляція попиту)
8. Інфляція, яка за темпами зростання цін дорівнює 250 %. (Гіперінфляція)
9. Показник, що характеризує, у скільки разів ціни поточного року вищі за ціни попереднього року. (Індекс цін)

III. Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності

Слово викладача:

Ринок здатний самостійно й об'єктивно вирішити безліч проблем. Однак і за умов вільного підприємництва існують проблеми, які ринок не може розв'язати без допомоги держави:

- ✓ забезпечення економіки грошима, які пускає в обіг держава;
- ✓ створення умов для існування ринкової економіки;
- ✓ забезпечення екологічної безпеки й економії невідтворюваних ресурсів;
- ✓ забезпечення захисту національного ринку.

Перераховані функції визначають межі державного впливу на ринкову економіку. Однак економічні функції держави за останній час значно розширилися. Виникла необхідність посилення ролі державного чинника в ринковому механізмі для досягнення макроекономічної рівноваги. Невідворотність і необхідність посилення державного впливу на ринкову економіку переконливо довела світова економічні криза 1929-1933 рр. і наступна затяжна депресія.

Сьогодні державне регулювання стало невід'ємною частиною ринкового економічного механізму, а ринкова економіка стала регульованою. Державне регулювання не замінює, а підсилює, доповнює ринковий механізм, держава бере на себе тільки ті функції, які не підвладні ринку. Серед основних форм державного регулювання потрібно виділити: фінансово-бюджетне регулювання (через систему податків і державний бюджет) та грошово-кредитне регулювання (через регулювання грошової маси й ставки відсотка).

IV. Вивчення нового матеріалу

Розповідь викладача:

Державне регулювання національної економіки відображається у відповідних формах податково-бюджетної політики.

Податково-бюджетна політика пов'язана з вибором державою певних форм і методів регулювання економіки з метою досягнення збалансованого економічного розвитку і гідного добробуту нації. У цієї політики є два боки: здійснення державних витрат й оподаткування. І перше, і друге може істотно впливати на обсяги ВВП.

Розповідь викладача:

Фінансово-бюджетне (податково-бюджетне) регулювання ґрунтується на використанні державних фінансів – системи грошових фондів, зосереджених у руках держави і призначених для виконання властивих їм функцій, а також сукупності форм і методів через які ці функції реалізуються.

Державні фінанси зосереджуються в державному бюджеті й бюджетах місцевих органів державної влади.

Державний бюджет – це фінансовий план формування і використання грошових фондів держави протягом року, тобто це річний баланс доходів і витрат держави.

Державний бюджет складається з двох частин: доходної частини, яка показує джерела і величину доходів держави, та витратної, що включає бюджетні видатки та їх обсяги.

Доходи бюджету – це гроші, які фізичні та юридичні особи перераховують до державної скарбниці, а також прибутки від діяльності державних підприємств (плата за орендоване в держави майно, виручка від продажу продукції державних підприємств тощо). Усі платежі, які здійснюються державою за рахунок державної скарбниці, називаються

державними видатками.

Кожна країна має свою структуру доходів і видатків, яка залежить від державного устрою, рівня економічного розвитку тощо. Наприклад, бюджет України, як і багатьох європейських держав, складається з двох ланок – центрального та місцевих бюджетів. На центральний бюджет покладаються функції забезпечення потреб оборони, управління народним господарством, виконання зовнішніх зв'язків держави, охорони кордонів, транспорту, грошового обігу, охорони навколишнього середовища тощо. Місцеві бюджети виконують функції розвитку комунального господарства, будівництва, розвитку галузей охорони здоров'я, освіти, культури.

Фінансове регулювання полягає у використанні доходів і видатків бюджету як важелів впливу на економіку.

Отже, основна макроекономічна функція держави полягає в стабілізації економіки.

Серед доходів бюджету найважливішу роль відіграють податки, відсоткові платежі, державна позика. Держава, маніпулюючи податковими ставками й видами податків, має змогу стимулювати або обмежувати розвиток тих чи інших галузей, підприємств чи економічних сфер. Наприклад, звільняючи від оподаткування суми, що йдуть на технічний розвиток виробництва, держава сприяє науково-технічному прогресу.

Видатки бюджету (на соціальні програми, оборону, утримання державного управління, державні інвестиції, обслуговування внутрішнього боргу) також використовуються для економічного регулювання. Державні видатки можуть створювати як дефіцитний бюджет, так і профіцитний, або збалансований. На наступних уроках ми розглянемо ці стани бюджету більш докладно.

Економічна політика держави з формування і використання державних фінансів називається фіскальною економічною політикою (від латин. *fiscus* – «державна скарбниця»).

Основними функціями фіскальної політики є:

– вплив на стан господарської кон'юнктури;
– перерозподіл національного доходу;
– нагромадження необхідних ресурсів для фінансування соціальних програм.

Цілісність бюджетної системи забезпечується ретельним ув'язуванням доходів і видатків уряду, закріплених у юридичних нормах.

V. Закріплення нових знань і вмінь здобувачів освіти

Бесіда:

1. Що таке державний бюджет?
2. Із яких ланок складається бюджет України?
3. На що держава витрачає кошти свого бюджету?
4. Назвіть джерела доходів державного бюджету країни.
5. Що таке податково-бюджетна політика?
6. Які стратегії фінансової політики можуть використовуватися з метою стабілізації економіки?

VI. Підсумок уроку

Заключне слово викладача:

✓ Метою податково-бюджетної політики є збалансований економічний розвиток і добробут нації.

✓ У період спаду вона може робитися стимулюючою, а в період піднесення – стримуючою.

Методична розробка уроку

ПОДАТКОВА СИСТЕМА ДЕРЖАВИ

Зінчук Ганна Володимирівна,
викладач Державного навчального закладу
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»,

e-mail: zinchyk_olga@ukr.net

Тема уроку
«ПОДАТКОВА СИСИТЕМА ДЕРЖАВИ»

Дисципліна: ***"Основи галузевої економіки і підприємництва"***

Мета уроку: сформувати у здобувачів освіти поняття про податкову систему
політику; навчити розрізняти принципи оподаткування; характеризувати суб'єкти й об'єкти оподаткування; аналізувати можливості впливу принципів оподаткування на загальний стан економіки; продовжити розвивати економічне мислення.

Тип уроку: комбінований.

Структура уроку

I.	Організаційний момент	3 хв
II.	Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти	10 хв
III.	Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності	2 хв
IV.	Вивчення нового матеріалу	20 хв
V.	Закріплення нових знань і вмінь здобувачів освіти	8 хв
VI.	Підсумок уроку	1 хв
VII.	Домашнє завдання	1 хв

ХІД УРОКУ

I. Організаційний момент

II. Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти

Гра «Побажання другу».

На кожну літеру слова «податок» напишіть слово-побажання в економічному сенсі, а потім підійдіть до друга і подаруйте йому це побажання (наприклад, «П» – прибутку, «О» – організованості, «Д» – добробуту, «А» – альтернатив, «Т» – товарообігу, «О» – обсягів, «К» – коштів).

Бесіда.

1. Як формується державний бюджет?
2. Що таке податково-бюджетна політика?
3. Яким чином податково-бюджетна політика може регулювати економічні цикли?

Завдання на картках *(готуються як роздавальний матеріал).*

К а р т к а 1

Із якою метою використовуються гроші державного бюджету, отримані за рахунок податкових надходжень? Свою відповідь обґрунтуйте.

К а р т к а 2

Яку фіскальну політику буде проводити держава, якщо в країні галопуюча інфляція? Свою відповідь обґрунтуйте.

К а р т к а 3

Які заходи застосує держава, якщо в країні буде значне перевиробництво товарів? Свою відповідь обґрунтуйте.

III. Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності

Слово викладача.

Необхідність державних доходів зумовлена появою держави, виконуваних нею функцій, неспроможністю недержавних організацій та інститутів забезпечити стабільний розвиток суспільства. Основним джерелом витрат у більшості країн були податки. Вони забезпечували 95-97 % державних доходів.

На початку XX ст. за допомогою податків у розвинутих країнах світу в доходах держави акумулювалося до 10 % національного доходу, а наприкінці століття – до 90 % . Значні кількісні зміни в розмірі податків супроводжуються серйозними якісними зрушеннями. Податки із суто фіскального явища перетворюються на важливий інструмент регулювання економіки, функціонування сучасної економічної системи, її розвитку. Без їхнього вилучення і подальшого розподілу неможливо було б забезпечити нормальний процес відтворення будь-якого елемента економічної системи, зокрема, сучасного працівника (як основної продуктивної сили), науки тощо, сформувати ефективний господарський механізм та ін.

Податково-бюджетна політика проводиться з метою перерозподілу ресурсів і доходів. Вона розпочинається зі стягування податків.

IV. Вивчення нового матеріалу

Розповідь викладача.

Податкова політика – це діяльність держави у сферах запровадження правової регламентації та організації справляння податків і податкових платежів до централізованих фондів держави.

Проявом податкової політики, яка проводиться в державі та формується державними структурами, є податкова система. За економічним змістом податкова система – це сукупність податків та обов’язкових платежів, законодавчо встановлених у країні з метою поповнення доходної частини бюджетів різних рівнів. Як уже зазначалося, понад 90 % доходів державного бюджету формується за рахунок податків.

Податки як економічна категорія – це примусове вилучення (привласнення) державою частини необхідного та додаткового продукту з фізичних та юридичних осіб відповідно до прийнятих законів.

Схематично визначення податків можна зобразити так.

Ще в 1789 р. Бенджамін Франклін, один з авторів Декларації про незалежність США, писав: «У цьому світі ні в чому не можна бути впевненим, за винятком смерті й податків».

Повніше сутність податків розкривається у виконуваних податками функціях, основними з яких є:

– фіскальна (збирання грошових коштів із фізичних та юридичних осіб для формування фінансових ресурсів держави);

– регулююча (регулювання грошових доходів, процесу накопичення, функціонування національного ринку та ін.);

– стимулююча (стимулювання інвестиційного процесу, прискорення темпів економічного зростання тощо);

– розподільча (розподіл і перерозподіл доходів між соціальними верствами й групами, між сферами й галузями економіки).

Розглянемо схему «Податки».

Поміркуйте у чому полягає економічна сутність податків.

Щоб визначити розмір податку, треба встановити податкову ставку (норми оподаткування).

Податкова ставка – це законодавчо встановлений розмір податку на одиницю оподаткування, тобто відношення вилученої частки доходу до загальної його суми. Наприклад, податкова ставка 13 % при доході в 500 одиниць означає, що 65 одиниць отримує держава, а 435 одиниць – той, кому належить цей дохід.

Розмір ставки податку суттєво впливає на суму надходжень до державної скарбниці. Крива Лаффера показує залежність податкових надходжень від податкових ставок. Надходження збільшуються при розмірах ставок до 40 %. Подальше їх зростання призводить до зменшення надходжень. Чому!

По-перше, юридичні й фізичні особи не бажають віддавати значну частину своїх грошей, бо вважають це несправедливим, тому приховують значну частину своїх доходів. Таким чином, зростання податкових ставок провокує зростання прихованих капіталів із яких податки взагалі не сплачуються.

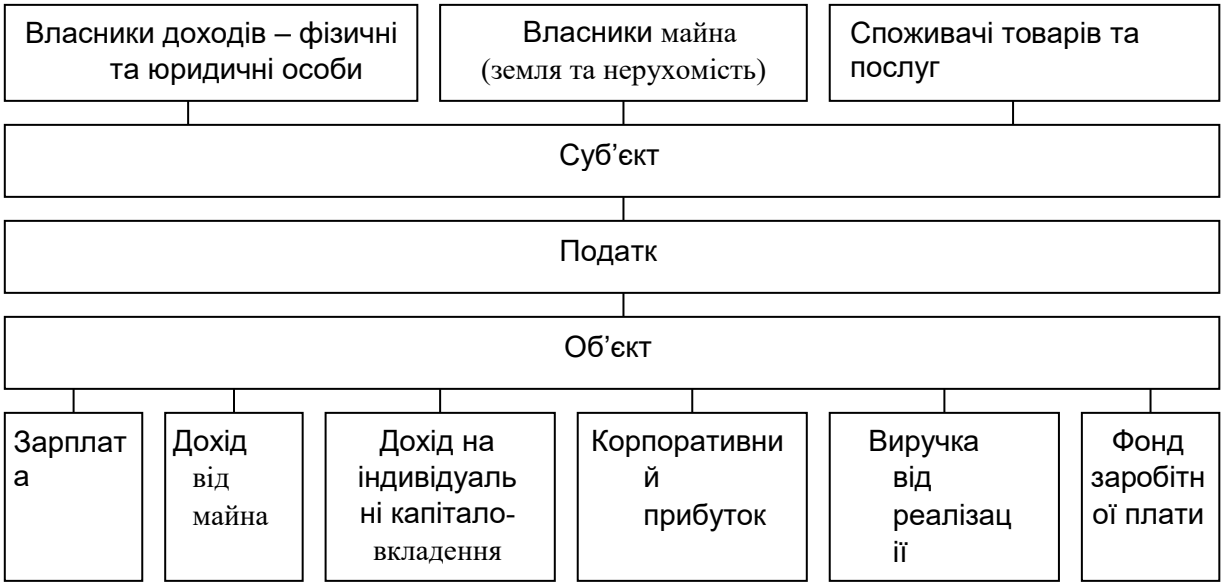
По-друге, рівень ставки податку впливає на ефективність виробництва. Будь-яка сума податку, котру має сплатити підприємець, збільшує витрати виробництва і ціну товару. Згідно із законом попиту збільшення ціни на товар зменшує величину попиту на нього, що

може призвести до зменшення виробництва цього товару. Це, у свою чергу, може вплинути на рівень зарплати робітників цього підприємства, а також на кількість робочих місць. А оскільки в сучасній економіці існує широка спеціалізація, то зменшення виробництва на одному з підприємств неодмінно спричинить негативні зміни на інших, пов'язаних із ним. Великий податковий тягар призведе до того, що підприємцю вигідніше зовсім закрити своє виробництво, а робітників звільнити; споживачі не отримають необхідної продукції, а державна скарбниця – надходжень.

Отже, держава обов'язково має встановлювати такі розміри ставок податків, які б сприяли ефективному розвитку економіки й поліпшенню життя людей.

Питання, із кого й чого стягувати податок, – це проблеми суб'єктів й об'єктів оподаткування. Користуючись підручником, побудуйте схему суб'єктів та об'єктів оподаткування.

Схема може мати такий вигляд.



Важливими принципами оподаткування, на думку середньовічного арабського мислителя Хальдуна, є справедливість, рівність і платоспроможність. До основних принципів оподаткування Адам Сміт зарахував:

– усезагальність податків та їх установлення пропорційно доходу;

– чіткість визначення величини податків, часу та способу вилучення;

– простоту та зручність вилучення в платників податків, а також мінімальність витрат при їхньому вилученні (тобто недороге утримання податкових служб та податкових інспекторів). Зараз основними принципами оподаткування також є стабільність, зменшення кількості податків, корисність (вилучені в працівників кошти повинні здебільшого повернутися до них у формі соціальних виплат).

В Україні в основу побудови податкової системи закладені такі основні принципи:

-загальність, тобто охоплення податками всіх економічних суб'єктів, які отримують доходи;

- стабільність, тобто гарантія того, що передбачені законом про бюджет доходи будуть отримані в повному обсязі;

- обов'язковість, тобто примусовість податку, неминучість його сплати;

- соціальна справедливість, тобто встановлення податкових ставок і податкових пільг, які ставлять усіх суб'єктів у приблизно рівні умови й пом'якшують податковий тягар на низькодоходні підприємства та групи населення;

- економічна ефективність, тобто податки не повинні перешкоджати ефективному розподілу ресурсів.

Найскладнішим у податковій системі є визначення того, хто і скільки має сплачувати. Є такі типи оподаткування: регресивний, пропорційний і прогресивний. Кожна держава використовує всі три.

Розглянемо їх на прикладах.

Приклад 1. Дві родини мають удома собак і щомісяця сплачують податок за їх утримання. Припустімо, цей податок дорівнює 10 грн. Розрахуємо, яку частку від доходу родин складає ця сума, якщо одна родина має місячний дохід 800 грн, а друга – 1200 грн.

Р о з в ' я з а н н я .

Перша родина: 10 грн : 800 грн * 100 % = 1,25 %.

Друга родина: 10 грн : 1200 грн * 100 % = 0,08 %.

Як бачимо, дві родини сплачують однакову суму грошей. Але у відсотковому відношенні одна родина сплачує більше, ніж інша. Такий тип оподаткування має назву регресивний.

Приклад 2. Дехто з депутатів пропонує встановити 10 %-ву ставку податку. Тобто, незалежно від розміру заробітку, із кожного громадянина завжди стягуватимуть 10 %. Визначте величину податку для заробітної плати в 100 грн та 1000 грн.

Р о з в ' я з а н н я .

Пропорційне оподаткування в 10 % складатиме:

Податок = (Зарплата * Ставка податку) / 100%.

Із зарплати 100 грн: (100 грн. * 10%)/100%= 10 грн.

Із зарплати 1000 грн: (1000 грн. * 10%)/100%= 100 грн.

Такий тип оподаткування називається пропорційним. Саме він поширений в Україні.

Приклад 3. Досить поширеним є прогресивний податок. До 1 січня 2004 р. він був поширений і в Україні. Його суть полягає в тому, що з більших доходів сплачується більша податкова ставка.

V. Закріплення нових знань і вмінь здобувачів освіти

Задача.

У країні Квітковій працюють 100 фермерських господарств, які щомісяця сплачують до державної скарбниці податок, що становить 50% від прибутку в 100 000 грн. У сусідній країні Лісовій працює 1000 аналогічних господарств, які одержують такий самий прибуток, проте сплачують лише 20 % податку від прибутку. Яка країна має більші надходження до бюджету? Чому, маючи однакову кількість населення, у країні Лісовій існує більше фермерських господарств, ніж у Квітковій? Відповідь проілюструйте відповідними розрахунками.

Р о з в ' я з а н н я .

Прибуток фермерських господарств Квіткової країни:

100 * 100 000 = 10 000 000 грн.

Прибуток фермерських господарств Лісової країни:

1000 * 100 000 = 100 000 000 грн.

Надходження до бюджету Квіткової країни:
(10 000 000 * 50%)/100% = 5 000 000 грн.
Надходження до бюджету Лісової країни:
(100 000 000 * 20%)/100% = 20 000 000 грн.

VI. Підсумок уроку

Заключне слово викладача.

Податкова система країни – це сукупність податків та обов’язкових платежів, установлених у країні з метою поповнення доходної частини бюджетів різних рівнів.

У податковій системі можна визначити суб'єктів й об'єктів оподаткування.

Податкова ставка – це законодавчо встановлений розмір податку на одиницю оподаткування.

У світі існують такі типи оподаткування: регресивний, пропорційний і прогресивний.

Основними принципами оподаткування є загальність, обов'язковість, стабільність, соціальна справедливість.

Методична розробка уроку

ВИДИ ПОДАТКІВ

Зінчук Ганна Володимирівна,
викладач Державного навчального закладу
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»

e-mail: zinchyk_olga@ukr.net

Тема уроку
«ВИДИ ПОДАТКІВ»

Дисципліна: ***"Основи галузевої економіки і підприємництва"***

Мета уроку: сформувати у здобувачів освіти поняття про види податків; навчити розрізняти види податків та розраховувати величину окремих видів податку; аналізувати можливості впливу видів податків на загальний стан економіки; продовжити розвивати економічне мислення.

Обладнання: підручник, таблиці, схеми, роздавальний матеріал, презентаційні матеріали (*додаток 7*).

Тип уроку: комбінований.

Структура уроку

I.	Організаційний момент	2 хв
II.	Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти	11 хв
III.	Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності	2 хв
IV.	Вивчення нового матеріалу	20 хв
V.	Закріплення нових знань і вмінь здобувачів освіти	8 хв
VI.	Підсумок уроку	1 хв
VII.	Домашнє завдання	1 хв

ХІД УРОКУ

І. Організаційний момент
ІІ. Актуалізація опорних знань і вмінь здобувачів освіти
Завдання.

Доберіть синоніми до слова «податки», використовуючи знання зі всесвітньої історії (Додатки 1, 2).

Бесіда.

1. Що таке податкова система та податки?
2. Назвіть принципи оподаткування. Поясніть їхню сутність.
3. Наведіть приклади типів оподаткування.
4. Що таке податкова ставка? Якою вона може бути?

Завдання на картках.

К а р т к а 1

Податок на прибуток корпорації визначено в обсязі 48 000 грн. Оподаткований прибуток становив 156 000 грн. Якою була ставка оподаткування?

К а р т к а 2

Припустімо, що троє приятелів отримали за попередній рік такі суми доходів: Віктор - 1000 грн, Ігор - 5000 грн, Григорій - 10 000 грн. Визначте, які суми податків повинен сплатити кожен із них за різних типів оподаткування і занесіть свої розрахунки до таблиці.

Заповнена таблиця може мати такий вигляд.

Суб'єкт оподаткування	Сума доходів	Ставка				Сума податку за різних типів оподаткування		
		Сума доходу	Тип оподаткування					
			Прогре-сивний	Пропор-ційний	Регре-сивний			
Віктор	1000	Від 500 до 4000	10%	15 %	20 %	1	2	3
Ігор	5000	4000 + 1 до 8000	15%	15%	15 %	1	2	3
Григорій	10 000	8000 + 1 і вище	20 %	15%	10%	1	2	3

К а р т к а 3

Із запропонованого переліку слів складіть речення.

1. Податок, дохід, якого, з, джерело, це, сплати, платника, він, податку, сплачує.
2. Оподаткування, одиниця, виміру, це, об'єкта, одиниця, оподаткування.

ІІІ. Мотивація навчальної та пізнавальної діяльності

Слово викладача.

У зв'язку з тим, що юридичні й фізичні особи виконують різні види платежів у державні фонди, виникає запитання: які з них належать до податків?

У фінансовій практиці існує три основні терміни, пов'язані з категорією податки: плата, відрахування, податок.

Плата (відповідає на запитання: за що?) передбачає певну еквівалентність відносин між державою і платниками (наприклад, плата за воду, плата за користування землею тощо). Ці відносини можуть виникнути лише в тих випадках, якщо держава є власником наданих у користування ресурсів. У зв'язку з цим розмір плати залежить від об'єму використаних ресурсів і встановлених тарифів за їх одиницю.

Відрахування (відповідає на запитання: від чого? куди?) передбачає цільове призначення платежів (наприклад, відрахування на геологорозвідувальні роботи, відрахування у Фонд зайнятості населення тощо).

Податок (відповідає на запитання: на що? для чого?) установлюється з метою забезпечення державою виконання її функцій.

Податок – поняття суспільне. Він не має ні чіткого еквіваленту обміну, ні певного цільового призначення.

Розглянемо види податків, які держава стягує з фізичних та юридичних осіб.

IV. Вивчення нового матеріалу

Розповідь викладача.

Податки можна класифікувати за чотирма ознаками.

1. За економічним змістом об'єкта обкладення:

а) податки на доходи;

б) податки на майно;

в) податки на споживання.

2. За формою стягнення.

3. За рівнем державних структур, які встановлюють податки:

а) загальнодержавні;

б) місцеві.

Перші встановлюються вищими законодавчими органами влади й обов'язкові для виконання на всій території країни. Другі встановлюються місцевими органами влади й поширюються тільки на дану територію. Можливі два варіанти встановлення місцевих податків: на основі законодавства про місцеві податки або ж вони встановлюються місцевими органами самостійно.

За формою стягнення:

а) прямі;

б) непрямі.

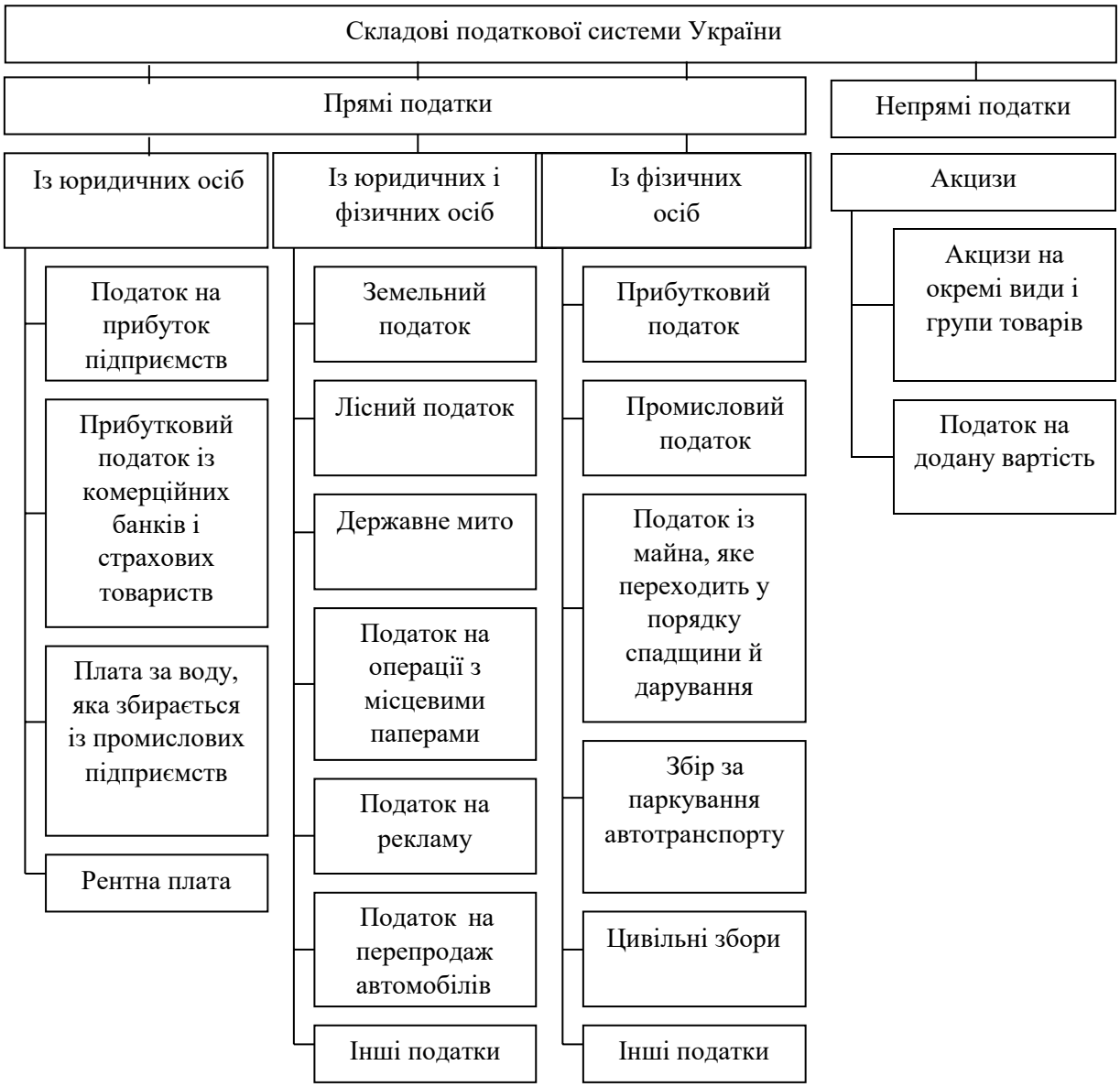
Прямі податки встановлюються безпосередньо (прямо) по відношенню до платника, іншими словами, прямо до прибутку, майна, доходу і їхній розмір безпосередньо залежить від величини об'єкту оподаткування. Непрямі податки встановлюються опосередковано по відношенню до платника і їхній розмір не залежить від величини доходів чи майна.

Робота з підручником.

Проаналізуйте види податків та складіть до кожного виду ілюстративну схему, яка б відображала суб'єктів та об'єктів оподаткування.

Розповідь викладача.

Розглянемо схему «Складові податкової системи України».



Головним законом, який визначає податкову систему України, а також права, обов'язки та відповідальність платників податків, є Закон України «Про систему оподаткування».

Основними в доходній частині бюджету України є податки: на додану вартість, на прибуток підприємств, на доходи фізичних осіб, акцизний збір, збір на обов'язкове пенсійне страхування, збір на обов'язкове соціальне страхування тощо.

Найвагомішим у системі оподаткування України є податок на додану вартість. Схематично порядок обчислення цього податку можна представити так:

Ціна проданої книги × Ставка податку в розмірі 20% = Сума податку.

Великі суми надходять до бюджету країни від підприємців як податок на прибуток, тобто частину прибутку, отриманого від своєї діяльності, підприємство віддає на потреби суспільства. Цей податок обчислюється так:

Прибуток підприємства × Ставка податку в розмірі 30% = Сума податку.

На окремі товари встановлено акцизний збір. Перелік товарів, на які він установлюється, визначається Верховною Радою України. До таких товарів належать, наприклад, лікеро-горілчані та тютюнові вироби, автомобільне пальне, вироби із золота тощо. Акцизний збір, наприклад, із тютюнових виробів, обчислюється так:

Вартість 1000 шт. цигарок × Ставка в розмірі 10 грн = Сума акцизного збору.

За допомогою зборів на обов'язкове пенсійне страхування, обов'язкове соціальне страхування та інших зборів формуються державні цільові фонди. Найголовнішими серед них є Пенсійний фонд, Фонд соціального страхування, Інноваційний фонд. Кошти цих фондів використовуються державою на утримання пенсіонерів та інвалідів, надання допомоги безробітним, розвиток науки та виробництва.

Усі згадані вище податки та збори належать до загальнодержавних, крім них, в Україні існує група місцевих податків і зборів. Найвагоміші з них: податок із реклами, комунальний податок, готельний збір, курортний збір тощо. Із проблемою, як стягувати податки, пов'язане також питання податкових пільг. Податкова пільга реалізується в тому, що з об'єкта оподаткування (особистого доходу чи прибутку) виділяють якусь частину, що не обкладається податком, це зменшує загальну суму відрахувань.

Робота з підручником та схемою.

Користуючись підручником та наведеною нижче схемою «Податкові пільги», дайте відповідь на запитання: яким чином податкові пільги стимулюють виробництво або підтримують певні соціальні прошарки населення?

Податкові пільги				
Капітальні знижки	Соціальні знижки	Податковий кредит	Прискорена амортизація	Неоподаткований мінімум зарплати

За всіх часів податки були постійним джерелом доходів держави. Інколи вони набували незвичайної форми.

Випереджальне завдання.

Прослухавши повідомлення, визначте, про які податки йде мова - державні чи місцеві.

Повідомлення здобувачів освіти.

V. Закріплення нових знань і вмінь здобувачів освіти

Гра «Міні брейн-ринг».

Здобувачі освіти об’єднуються в три групи. Перемогу здобуде та команда, яка швидше дасть правильні відповіді на запитання й набере більшу кількість балів.

1. Автомобільні шляхи в Україні будуються, утримуються та ремонтуються за рахунок:

а) ринкового збору;

б) податку з власників транспортних засобів.

2. За порушення підприємством податкового законодавства відповідальність несуть:

а) працівники підприємства;

б) директор та бухгалтер.

3. Громадяни України зобов'язані сплачувати податки. Цей обов'язок на них покладено:

а) податковою службою;

б) Конституцією України.

4. Назва грошової одиниці України - гривня - походить:

а) від назви прикраси із золота чи срібла у вигляді обруча, яку в давнину носили на шиї (на загривку);

б) від способу розрахунків гривами коней, які люди вели в давнину;

в) від давньогрецького слова.

5. Чи повинен школяр сплачувати прибутковий податок, якщо отримує доходи?

а) так;

б) ні.

6. Якщо ваша бабуся продає на базарі овочі, які виростила на дачній ділянці, що вона повинна сплатити?

а) податок;

б) збір;

в) мито.

7. Зібравши в лісі гриби, дідусь здав їх у заготівельну організацію та отримав за це гроші. Чи повинен він сплатити податок?

а) так;

б) ні.

Тести

І рівень

1. У чому полягає податково-бюджетна політика:

а) у маніпулюванні податками та державними витратами;

б) у порядку стягнення податків;

в) у стимулюванні економіки країни.

2. Що таке «податкова система країни»:

а) сукупність усіх видів податків;

б) певний порядок стягнення податків;

в) надходження і видатки.

3. Що таке «податки»:

а) обов'язкові платежі, які добровільно сплачують суб'єкти до бюджету країни;

б) певні платежі, які суб'єкти економічного життя виплачують державі;

в) обов'язкові платежі, які держава стягує з суб'єктів економічних відносин до центрального та місцевого бюджетів.

4. Що таке «державний бюджет»:
   а) усі державні надходження і видатки;
   б) доходи держави;
   в) механізм використання грошей державою.

II рівень

5. До прямих податків не належать:
   а) податок на коштовності;
   б) податок на спадщину;
   в) земельний податок.
6. Державний борг - це борг держави:
   а) перед іноземними кредиторами;
   б) перед власними громадянами;
   в) перед власними громадянами та іноземними кредиторами.
7. Функції податків полягають у тому, щоб:
   а) регулювати грошовий обіг у країні;
   б) перерозподіляти доходи між різними групами населення;
   в) збільшувати інвестиційні витрати в державній економіці.
8. Дефіцит державного бюджету настає тоді, коли:
   а) видатки перевищують доходи;
   б) доходи перевищують видатки;
   в) видатки дорівнюють доходам?

III рівень

9. Якщо в національній економіці порушено рівновагу, то:
   а) бюджети всіх рівнів мають бути збалансовані;
   б) середня податкова ставка є постійною;
   в) уряд здійснює запозичення.
10. З-поміж основних причин неспроможності країн сплачувати свої зовнішні борги не може бути така:
   а) неправильна макроекономічна політика країн-боржників;
   б) зменшення відсоткових ставок у розвинутих країнах;
   в) наявність стимулів до відмови від сплати боргу.
11. Зовнішня заборгованість країни - це наслідок:
   а) прямих зовнішніх інвестицій в економіку країни;
   б) продажу матеріальних активів іноземцям;
   в) позичання країною коштів за кордоном та продажу фінансових активів за кордоном.
12. За рахунок чого здійснюється відшкодування державного боргу:
   а) податкових надходжень;
   б) продажу державних цінних паперів;
   в) зниження позичкового відсотку.

IV рівень

13. Дефіцит державного бюджету може фінансуватися за рахунок:
   а) додаткової емісії;
   б) доходів домогосподарств;
   в) прибутків ділових партнерів.

14. Одна з реальних проблем державного боргу полягає в:

а) продажу активів іноземцям;

б) позичанні країною коштів за кордоном та продажу фінансових активів за кордон;

в) прямих зовнішніх інвестицій в економіку країни.

15. До чого може призвести звільнення від сплати податку тих, хто отримує надприбутки:

а) збільшення соціальної несправедливості;

б) значного зростання цін;

в) соціального розшарування населення?

16. Оберіть неправильне твердження:

а) державний борг складається з двох частин: внутрішнього боргу і зовнішнього боргу;

б) зовнішній борг країни виникає внаслідок позичання коштів за кордоном, продажу фінансових активів за кордон, прямих іноземних інвестицій в її економіку;

в) що довше зберігатиметься дефіцит бюджету, то більшим стає борг держави.

Приклади розв'язування задач *(Додаток 6).*

VI. Підсумок уроку

Заключне слово викладача.

Податки класифікуються за такими ознаками: економічний зміст об'єкта обкладення, спосіб стягнення, рівень державних структур, які встановлюють податки, форма стягнення.

За формою стягнення розрізняють прямі й непрямі податки.

Велике значення мають податкові пільги, які зменшують загальну суму відрахувань від податків.

VII. Домашнє завдання

1. Опрацюйте отриманий на уроці матеріал. Запишіть звіт в анкету (*Додаток 3*).
2. Напишіть есе на тему: «Добробут усіх залежить від кожного з нас».
3. Виконайте самостійну роботу (*Додаток 4*).
4. Дайте відповіді на запитання для самоперевірки (*Відповіді в додатку 5*).

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

СЛОВНИК

А

Акцизи – непрямі податки у вигляді надбавки до ринкової ціни. Ця надбавка належить державі. У перекладі з латинської мови ***accido*** – акцизи – означає «відрізати», «відсікати». Акцизи бувають: фіксовані – встановлюються у грошовому вираженні на одиницю товару; пропорційні – встановлюються як відсоток до обсягу реалізації; специфічні – на окремі види товарів (вироби із золота та срібла, автомобілі, тютюнові вироби); універсальні – встановлюються до всього обсягу реалізації (податок з продажу, податок з обороту, податок на додану вартість).

Д

Декларація – документ, у якому суб'єкт оподаткування наводить розрахунок свого доходу та податку з нього.

Державні податки встановлюються та стягуються центральними органами державної влади й керівництва, надходять до державного бюджету.

Джерело оподаткування – дохід платника податку, що підлягає оподаткуванню.

М

Мито – податок, що встановлюється при ввезенні товарів через кордон або за транспортування іноземних товарів по території певної країни транзитом. Мито може бути: експортне чи імпортне; фіскальне; протекціоністське, антидемпінгове, статичне, компенсаційне; специфічне, адвалорне, змішане.

Місцеві податки встановлюються та стягуються місцевими органами державної влади і надходять до місцевих бюджетів.

Н

Непрямі податки закладаються у вигляді надбавки до ціни товару.

О

Об'єкт оподаткування – дохід або майно, з якого нараховується податок (заробітна плата, дохід по акціях, нерухомість тощо).

П

Податкова система – сукупність наявних у країні податків, форм, принципів та методів їх побудови, а також інститутів та організацій, що забезпечують їх вилучення, здійснюють контроль за дотриманням податкового законодавства.

Податкова ставка гранична – відношення приросту податків до приросту доходу, що підлягає оподаткуванню.

Податкова ставка середня – відношення обсяг датків до величини доходу, що підлягає оподаткуванню.

Податки – це обов'язкові відрахування в загальнодержавний і місцевий бюджети юридичними і фізичними особами.

Податки (опосередковані) непрямі вилучаються у сфері реалізації або споживання товарів і послуг, тобто перекладаються на споживача і не залежать від рівня його доходу. Їх поділяють на три групи: акцизи, мито, фіскальні монополії.

Податки прямі встановлюються безпосередньо на доходи (зарплату, прибуток, відсотки) й вилучаються безпосередньо у власників майна, отримувачів доходу. Вони набувають двох форм: реальних (земельний податок, домовий, на грошовий капітал і т. ін.); особистих – встановлюються для конкретного платника особисто (податок з доходів фізичних осіб, податок на прибуток корпорацій, на спадщину, на дарування, на приріст капіталу, на майно тощо).

Податкові пільги – зменшення податкових ставок або повне звільнення суб'єкта оподаткування від податків. Види податкових пільг: прискорена амортизація основного капіталу; інвестиційний податковий кредит; податкова квота.

Прогресивний податок підвищується зі збільшенням доходу.

Пропорційний податок стягується за єдиною ставкою, незалежно від доходу суб'єкта оподаткування.

Р

Регресивний податок зменшується зі збільшенням доходу.

С

Ставка оподаткування – це законодавчо визначений розмір податку на одиницю оподаткування (у %).

Суб'єкт оподаткування – платник податку (фізичні або юридичні особи - власники доходу або майна, а також споживачі).

Ф

Фіскальні монополії – держава встановлює таку ціну на товари та послуги, яка забезпечує їй певні грошові надходження. Це своєрідний доход держави від реалізації монополізованих товарів. Монополія держави може бути повна і часткова.

ДОДАТОК 2

«ІСТОРІЯ ПОДАТКІВ»

Історія податків та історія цивілізації – невіддільні. Тож усяке бувало. З чого лишень не стягували податки! Нині деякі з них видаються нам смішними, але тим, хто їх платив, напевно, було не до сміху. Пропонуємо цікаву підбірку різноманітних видів податків - незвичних для нас, але звичних для жителів інших країн і століть.

Податок на велосипед

У березні 1910 р. відповідно до постанови Міської Думи міста Симбірська власник велосипеду повинен був сплачувати в дохід міста податок у розмірі 50 копійок за право проїзду територією міста.

Податок на латрини

«Гроші не пахнуть» (pecunia non olet) - цей крилатий латинський вислів належить римському імператору Веспасіану (69-79 рр. н. е.). У пошуках додаткових коштів він запровадив податок на латрини, або громадські туалети. У пізніших «культурних» джерелах його називали податком на громадські вбиральні. Коли син Веспасіана Тіт докоряв за це батькові, Веспасіан підніс йому під ніс гроші, що надійшли за цим податком, і запитав, чи пахнуть вони. На негативну відповідь Тіта Веспасіан сказав: «І все-таки вони із сечі». Зніжені римляни не могли відмовити собі в задоволенні користуватися шикарними мармуровими туалетами, адже туди, як і в знамениті лазні-терми, ходили не лише за прямою потребою, а й заради зустрічей і бесід. Розрахунок імператора був правильним. Грошенята потекли в скарбницю.

Податок на горобців

Податок на горобців вигадали в XVIII столітті у Вюртемберзі. Від господаря кожного будинку вимагали знищити дюжину горобців, за що він отримував 6 крейцерів. У разі не підтвердження факту знищення птахів до скарбниці сплачувався податок у розмірі 12 крейцерів. Щоб ухилитися від сплати цього податку, купували потрібну кількість здохлих горобців у підпільного торгівця, який вишукував їх на міському звалищі.

Податок на тінь

Стягується з 1993 року у Венеції. Під податок потрапили тенти й парасольки, що належать магазинам і численним кафе, тінь від яких падає на комунальну власність - землю.

Податок на пил

Уведений у Вірменії наприкінці XX століття. «Обговоривши питання про видалення санітарно-очисними організаціями надлишків пороху у дворах, міністерство економіки ухвалило: населення повинне оплачувати витрати з видалення пилу з розрахунку 1,91 драма за 1 квадратний метр», – засвідчує офіційний документ.

Податок на секс

Власті голландської столиці ввели щорічний податок на вітрини, біля яких проводять час, чекаючи на клієнтів, повії у кварталі червоних ліхтарів. Податок на секс приносить бюджету майже 4 мільйони франків.

Гіпсовий податок

Сплачують в Австрії гірськолижники перед кожним спуском з гори. Вилучені кошти передаються в австрійські клініки. Згідно зі статистикою, в австрійських Альпах щорічно близько 150 тис. лижників отримують травми, а на лікування витрачається приблизно один мільярд шилінгів на рік.

Податок на мир

Утримують його у Гвінейської Республіці, оцінивши кожний рік без війни в суму, еквівалентну 700 бельгійським франкам.

Податок на побутове сміття

Утримується в Болгарії до нинішнього дня; розмір податку встановлюється місцевою владою:

- на житлові будівлі – пропорційно до балансової вартості або залежно від кількості відходів;
- на нежитлові споруди – залежно від виду й кількості контейнерів для збирання відходів;
- якщо на кожну окрему будівлю неможливо визначити вид і кількість контейнерів, податок установлюється пропорційно до балансової вартості будівлі.

У середньому в містах плата становить 0,3-0,5 % від балансової вартості будівель. Вноситься одночасно з податком на нерухоме майно.

Пожиле

У Російській державі XV-XVII ст. грошовий збір із селян, коли вони залишали власника (вихід селянський) у Юріїв день. Запроваджений Судебником 1497 року. Зник із повним закріпаченням селян. У XVII-XVIII століттях існував штраф за приймання селян, що втекли.

Вивідна куниця

У Росії XV-XVI ст. весільне мито на користь держави або феодала з родичів нареченої, які видавали її заміж в інше князівство, волость, місто, за кордон. Пізніше вивідну куницю називали «виводом», розмір його визначався за угодою сторін (скасований для казенних селянок 1775 року, для приватновласницьких - після реформи 1861 року).

Податок на лазні

За указом 1704 року в Росії думні люди й першостатейні купці повинні були платити з домашніх лазень по 3 рублі, прості дворяни, купці й різночинці – по 1 рублю, селяни - по 15 копійок.

Подимщина

Податок у Росії на користь місцевої адміністрації стягувався у XVI-XVIII ст. «з диму», тобто із селянського будинку, господарства.

П'ятинні гроші (п'ятина)

У Російській державі XVII ст. існував незвичайний державний податок. Стягувався спочатку з майна світських і церковних феодалів, дворів торгово-промислового населення, потім і із селян у розмірі 1/5 річного доходу.

Податок на бороду

Запроваджений 1 вересня 1689 року Петром I. Борода була оцінена за станами:

- дворянська й приказка - 60 рублів,
- першорядна купецька - 100 рублів,
- пересічна торгова - 60 рублів,
- холопська, паламарська тощо - 30 рублів.

Селянин у себе в селі бороду мав задарма, але в'їжджаючи в місто, як і виїжджаючи, платив за неї 1 копійку.

Податок на очі

На початку XVIII ст. (за Петра I) в Башкирії податком обкладали очі залежно від кольору, наприклад, сірі оцінювали у 8 алтинів, чорні – 2-3 алтина.

Оброк

Щорічний збір грошей і продуктів із кріпаків поміщиками. Продуктовий оброк відмінений 19 лютого 1861 року, грошовий оброк зберігся для тимчасово зобов'язаних селян до 1883 року.

Слово оброк мало подвійне значення.

1. Іноді так називалася плата уряду за надання приватній особі права користуватися державною землею, угіддям або займатися яким-небудь промислом. У цьому значенні оброком називався казенний дохід із належних казні рибних виловів, косовиць, ловів тварин, а також із міських торгових лавок, харчевень, лазень та промислових закладів.

2. В інших випадках оброк означав загальну подать, якою обкладалися всі жителі відомого округу замість різних інших податей і повинностей. Так, оброком називався податок, що замінив корми і мита намісників і волостелів під час скасування цих посад за царювання Грозного. Тільки оброки останнього виду входили до складу тягла.

Оброк у значенні загальної податі сплачувався завжди в постійній кількості за незмінною ставкою, тоді як розміри інших державних податей були змінні, визначалися особливими царськими розпорядженнями.

Податок на годинники

У 1797 року в Англії був уведений податок на годинники. Кожен власник годинника повинен був щороку платити до скарбниці 5 шилінгів. Однак через рік податок відмінили: Великобританія у XVIII ст., промислова держава номер один, не могла допустити утискання інтересів людей, які намагаються бути пунктуальними.

Вітринний податок

Його сплачували у Флоренції в XIV столітті власники магазинів і майстерень. Цей податок пов'язаний із тим, що, якщо влітку було дуже спекотно, вітрину затіняли фіранками. За це потрібно було платити податок. Прагнення ухилитися від сплати «вітринного» податку призвело до пошуків виразних архітектурних деталей, здатних сповістити, які саме товари й послуги можна отримати в цьому будинку (ножиці або голка свідчили про те, що в цьому магазині можна придбати або замовити одяг, чаша зі змією – ліки, черевики – взуття).

Індукта

Індукта (лат. inductus - введений, внесений) – митний збір (податок), який збирала на Лівобережній Україні гетьманська адміністрація за ввезення товарів на територію України з Росії у другій половині XVII - першій половині XVIII ст. За царським указом 1728 року «Рішучі пункти» почав надходити до казни; скасований з 1754 року.

Поголовщина

Прямий податок в українських землях, які входили до складу Великого Князівства Литовського, а потім Речі Посполитої у XV-XVII ст. Базою для оподаткування були площа землі, кількість голів великої рогатої худоби й іншого майна. Сплачувався на користь короля, а згодом, з XVI століття,- на користь магнатів. Після прийняття 1557 року «статуту на волоки» його було скасовано.

Порція

Назва податку в Гетьманщині (назва Лівобережної України у XVII-XVIII ст.), який був запроваджений російським урядом у часи правління гетьмана Скоропадського для утримання розквартированих на українських землях московських військ. Сплачувався в натуральній або грошовій формі з розрахунку 41 копійка за одного московського вояка.

Продподаток

Фіксований натуральний податок із селянських господарств. Запроваджений 1921 року постановою X з'їзду РКП (б) замість продрозкладки. Розглядався як головний стимул реставрації ринкової економіки й піднесення сільгоспвиробництва. В Україні фактично введений після збирання врожаю 1922 року. Запровадження продподатку дозволило ліквідувати карткову систему забезпечення продуктами харчування населення країни.

Оздоровлення грошового обігу створило передумови денатуралізації податкової системи. У травні 1923 року рішенням XII з'їзду РКП (б) був прийнятий прямий сільськогосподарський податок, який з 1924 року сплачувався виключно в грошовій формі.

Аннати

Аннати (середньовічне annata, від лат. annus – рік). Одноразовий збір на користь папської скарбниці з осіб, що отримали вакантний церковний бенефіцій. Практика стягування цього податку відома із середини XIII ст. Спочатку розмір податку дорівнював усьому річному доходу з отриманого бенефіція, пізніше - половині або іншій частині річного доходу. В Англії був скасований у середині XVI ст., у Франції – у часи Великої французької революції. У деяких районах окремих країн (наприклад, Італії) цей податок за традицією стягується й донині.

ПДВ

Уперше податок на додану вартість було введено в 1960 році в республіці Кот-Д'Івуар, у 1967 – у Данії; у 1968 році – у ФРН і Франції. Наприкінці 90-х років XX століття він був поширений більш ніж у 40 країнах, в Україні його було введено в 1992 році.

У Давньому Римі за правління імператора Августа незаміжніх жінок від 20 до 50 років обкладали податком в розмірі 1 % від їхнього майна.

Сороковий податок стягували на Перекопі кримські татари з чумаків та купців, які везли з України свій товар горілку, олію, полотно тощо. Податок сплачувався натурою (товаром) і становив його сорокову частину.

Подушний податок був запроваджений у 1724 р. Його сплачувало все чоловіче населення Російської імперії, крім дворян, духівництва та держслужбовців.

Мостовий податок

За часів Козаччини в Україні існував мостовий податок. Цей податок брали з тих, хто переїздив через річку.

ДОДАТОК 3

АНКЕТА

Дата заняття_____

Моє ім'я_____

Закінчіть речення, наведені в анкеті.

Будьте гранично відверті, оскільки Ваша думка допоможе викладачеві краще підготуватися до роботи, зробити навчання більш корисним для Вас.

1. Під час заняття я зрозумів, що_____
_____

2. Найкориснішим для мене було_____
_____

3. Своїми основними помилками на занятті я вважаю_____
_____

4. Мені не сподобалось_____
_____

5. Найбільше мені не сподобалось, як працював(ла)_____
_____

6. Наступного заняття я хотів(ла) би (б)_____
_____

7. На місці викладача я б_____
_____

ДОДАТОК 4 САМОСТІЙНА РОБОТА

1. За виконання державних функцій суспільство сплачує...
2. Які функції виконують податки?
3. Які податки в Україні називаються непрямими?
4. Непрямий податок, що стягується з товарів і транспортних засобів, які переміщуються через митний кордон країн, називається...
5. Про який принцип оподаткування йдеться: «Розмір податку повинен відповідати величині доходів і майна платника»?
6. Про який принцип оподаткування йдеться: «Люди, які мають однакові доходи й однаковою мірою використовують соціальні програми, повинні сплачувати однакові податки»?
7. Обов'язкові платежі, які справляються державою з юридичних і фізичних осіб, називають...
8. Сукупність різних видів податків становить...
9. Податок, який виконує фіскальну функцію (об'єктом оподаткування є продаж товарів, завезення і вивезення товарів), називається. ..
10. Непрямий податок, що встановлюється на високорентабельні й монопольні товари та включається в їхню ціну, -...
11. Про який принцип оподаткування йдеться: «Ті, хто має більші доходи і потребує більшої кількості та якості суспільних благ, повинні сплачувати вищі відсотки зі своїх доходів»?
12. До чого призводить підвищення ставок оподаткування?

<u>Відповіді</u>

1. Податки.
2. Фіскальну та регулюючу.
3. Акцизний збір, податок на додану вартість, ввізне (імпортне) мито.
4. Мито.
5. Принцип платоспроможності.
6. Справедливість по горизонталі.
7. Податки.
8. Податкову систему країни.
9. Податок на додану вартість.
10. Акцизний збір.
11. Принцип справедливості.
12. Зменшує чистий доход підприємств і домашніх господарств.

ДОДАТОК 5

ЗАПИТАННЯ ДЛЯ САМОПЕРЕВІРКИ

Питання для самоперевірки

1. Хто контролює дотримання податкового законодавства в Україні?
   (Державна податкова служба України)
2. Назвіть хто і коли ввів солідарну державну пенсію для всіх працюючих?
   (Отто фон Бісмарк, канцлер Німеччини в 1889 році. Юлій Цезар, I ст. до н. е., ввів державне забезпечення військових після завершення служби)
3. Хто відповідає за правильне вирахування й своєчасність сплати податків?
   (Платники податків)
4. За царя Олексія Михайловича в 1646 році було удвічі підвищено акциз на сіль. До якої події призвів такий необдуманий захід?
   (До соляного бунту, постраждало найбідніше населення. Воно харчувалося в основному рибою, солити рибу стало невигідно, виник недолік основного харчового продукту)
5. За часів правління Ярослава Мудрого були уведені такі податки, як «мито», «гостина», «міра». За що стягувалися ці податки?
   («Мито» стягувався за провезення товарів через гірські застави. «Гостина» – за право мати склади для товарів. «Міра» – за надання послуг щодо вимірювання товарів)
6. Що буде об'єктом оподаткування?
   (Доход, прибуток, майно, ціна товару або послуги, додана вартість, на яку нараховується податок)
7. За що було вбито князя Ігоря?
   (Зібравши данину, тобто податок, він повернувся ще раз (подвійне оподатковування))
8. Хто є суб'єктом оподаткування?
   (Юридичні й фізичні особи, які є платниками податку)

ДОДАТОК 6

ПРИКЛАДИ РОЗВ'ЯЗУВАННЯ ЗАДАЧ

Умова задачі

ВВП за повної зайнятості в умовній країні становить 300 млрд грн. Фактичний ВВП дорівнює 240 млрд грн. Податкові надходження становлять 20% від ВВП. Державні закупівлі товарів і послуг дорівнюють 22 млрд грн, а державні трансферти - 7 млрд грн. Визначте, який надлишок чи дефіцит має державний бюджет?

Розв'язання

Щоб обчислити стан державного бюджету, потрібно визначити його доходи і видатки.

Доходи = 240 млрд грн × 0,2 = 48 млрд грн.

Видатки = 22 млрд грн + 7 млрд грн = 29 млрд грн.

Отже, державний бюджет надлишковий у 19 млрд грн.

Умова задачі

Податок на прибуток корпорації визначено в обсязі 124 тис у.о. Оподаткований прибуток становив 538 тис. у.о. Якою була ставка оподаткування?

Розв'язання

З прибутку у 538 тис. у.о. вилучено податок в обсязі 124 тис. у.о. За цієї умови визначити податкову ставку можна, склавши пропорцію:

538 тис. у.о. - 100%;

124 тис. у.о. – х %.

Отже, $\frac{124 \text{тис. у. о.}}{538 \text{ тис. у.о.}} \times 100\ \% = 23\ \%$

Відповідь: податкова ставка - 23%.

ДОДАТОК 7

ПРЕЗЕНТАЦІЙНІ МАТЕРІАЛИ

«Оподаткування старе, як світ, і його початкова форма виникла, коли якийсь місцевий вождь перегородив гирло ріки, місце злиття двох річок або гірський перевал і стягував плату за прохід із купців і мандрівників».

С. Паркінсон

ПОДАТОК

Обов'язкові збори, що стягуються державою з господарських суб'єктів і громадян за ставкою, установленою в законодавчому порядку. У податкову систему окрім власне податків включаються акцизи, мита й різні збори, що також виконують функцію концентрації в руках держави фінансових ресурсів

ПОДАТОК НА ПРИБУТОК

Основний вид прямих податків. Обчислюється у відсотках від сукупного доходу фізичних осіб (за винятком документально підтверджених витрат відповідно до чинного законодавства)

Такі країни, як:
- Андорра
- Монако
- ОАЕ
- Уругвай —

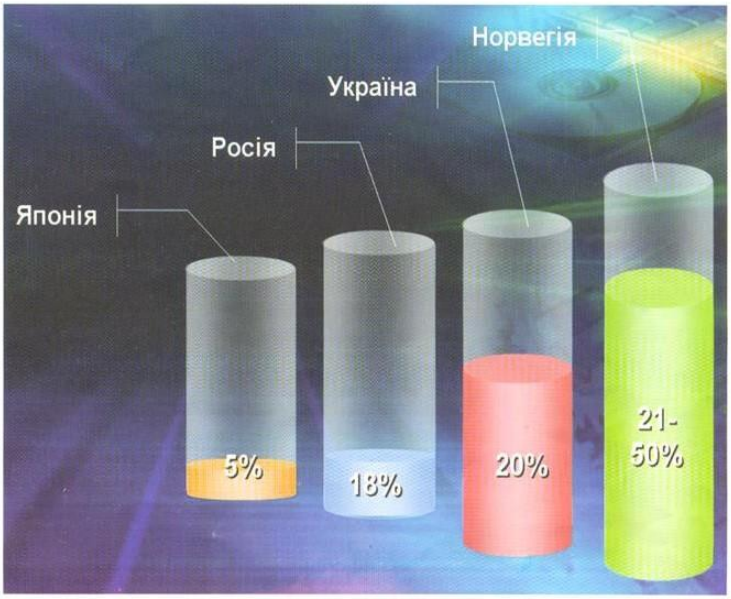
не мають податку на прибуток

ПОДАТОК НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

Непрямий податок, форма вилучення в бюджет частини доданої вартості, що створюється на всіх стадіях процесу виробництва товарів, робіт і послуг та вноситься до бюджету по мірі реалізації

Уперше ПДВ був уведений 10 квітня 1954 року у Франції. Цей винахід належить Морісу Лоре

У таких розвинених країнах, як США й Австралія, ПДВ відсутній: там діє податок із продажу за ставкою від 2 % до 11 %



УКРАЇНСЬКА МОЛОДЬ ВВАЖАЄ, ЩО ...

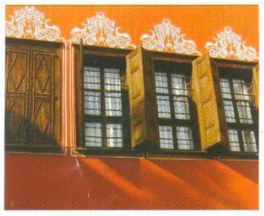
В Україні одна з найгірших податкових систем не тільки у світі, але й на пострадянському просторі. Ситуація гірша, ніж у нас, тільки в Білорусі. Тому без модернізації податкової системи країні вийти з кризи не вдасться.

Молодь пропонує наступні заходи для покращення податкової системи

- скасувати окремий облік за податком на прибуток;
- прибуток для оподаткування обчислювати за правилами бухгалтерського обліку
- ставку податку на прибуток знизити до 15–20 %
- скасувати податок на транспорт, замість нього збільшити акцизи на пально-мастильні матеріали
- ліквідувати збір на виноградарство й хмільництво та збільшити акцизи на алкогольні напої
- об'єднати чотири пенсійно-соціальних внески в один податок

Незалежно від того, які податки в нашій країні, сучасна українська молодь переконана: сплачувати податки зобов'язане абсолютно все населення!

БЕЗГЛУЗДІ ПОДАТКИ В РІЗНИХ КРАЇНАХ

Назва	Сутність податку
Податок на іноземців	Цей податок у наш час навіть здається чимсь нормальним — якщо ти приїхав до іншої держави, будь ласка, заплати податок. Такі податки в різних державах були аж до XX століття. Наприклад, у Канаді до 1923 року діяв податок на китайців. Китайців у Канаду приїжджало багато, грошей від податку надходило теж багато. У 1923 році цей податок скасували. Ви думаєте, влада подбала про китайців? Та ба! Просто замість нього був прийнятий закон, який забороняє китайцям в'їзд на територію Канади!
Датські гроші	У 991 році в Англії був уведений поземельний податок для сплати викупу датським вікінгам за можливість спокійного життя. Виходить, Данія оподаткувала жителів іншої держави — дуже винахідливо! Цей податок проіснував аж до 1194 року, тобто майже 200 років. Згодом ці гроші йшли вже не в Данію, а залишалися в Англії для закупівлі озброєнь і зміцнення (як би зараз сказали) обороноздатності країни
Податок на сіль	На перший погляд, нічого особливого в податку немає — ну, податок на сіль... Але виявляється, через цей податок в історії відбувалися такі масштабні події, що просто дивно! Через цей податок у підсумку занепала Китайська імперія, податок на сіль у Франції (*the gabelle*) прискорив початок Французької революції. До речі, величина податку на сіль в Індії, установлена Англією, становила... 4000 відсотків, тому не дивно, що це вилилося в масштабні протести. Тож якщо потрібно, щоб у державі відбулася революція, достатньо ввести податок на сіль і трошки почекати!
Нобелівський податок	Як ви вважаєте, учені, що одержали Нобелівську премію за видатні досягнення, платять із неї податок? З 1986 року ця премія підпадає під категорію грошових подарунків й обкладається відповідним податком. Який відсоток платиться державі, не розголошується. Виключення робиться тільки для лауреатів, які жертвують премії на доброчинність
Податок на вікна 	Він являв собою податок на скло й став значною соціальною, культурною й архітектурною рушійною силою суспільства в Англії та Шотландії, а потім у всій Великобританії в XVII–XVIII ст. Виробництво скла в той час було дорогим, і використання його для вікон та інших цілей через це стало практично неможливим. Податок на вікна, уведений у 1696 році королем Вільямом III, фактично був задуманий як податок на багатство, але потім став звичайним механізмом одержання доходу на прибуток

Методична розробка уроку

ВІДСОТКИ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ. ЗАДАЧІ З ЖИТТЄВИМ НАВАНТАЖЕННЯМ

Колоднюк Оксана Валеріївна,
викладач Державного навчального закладу
«Теофіпольський професійний аграрно-промисловий ліцей»

e-mail: oksanakolodnujk@gmail.com

Тема уроку
«ВІДСОТКИ ТА ЇХ ЗАСТОСУВАННЯ. ЗАДАЧІ З ЖИТТЄВИМ НАВАНТАЖЕННЯМ»

Дисципліна: ***«Основи галузевої економіки і підприємництва»***

Мета уроку: узагальнити вже існуючі знання з теми; розв'язати ряд задач з життєвим навантаженням щодо планування господарської діяльності та реальної оцінки власних можливостей, складання сімейного бюджету, формування економного ставлення до природних ресурсів; ознайомити учнів з поняттям «банк» та «фінансові задачі», розглянути застосування теми в банківській справі.

Компетентність: «Підприємливість і фінансова грамотність» націлена на розвиток лідерських ініціатив, здатність успішно діяти в технологічному швидкозмінному середовищі, забезпечення кращого розуміння учнями практичних аспектів фінансових питань (здійснення заощаджень, інвестування, запозичення, страхування, кредитування тощо).

ХІД УРОКУ

І. Перевірка домашнього завдання.

Педагог відповідає на запитання, які можливо виникли під час виконання домашнього завдання; учні зачитують розв'язання задач, на дошці записують правильні відповіді.

У цей час двоє учнів розв'язують задачі біля дошки.

1. На першому курсі 104 учні, із них дівчат - 27.

Який відсоток дівчат на першому курсі?

2. У групі 32 учні і серед них 8 спортсменів.

Який відсоток спортсменів у цій групі?

ІІ. Актуалізація опорних знань.

1. Усні вправи та теоретичні питання.

- Як розв'язуються задачі на знаходження відсотків від даного числа?
- Знайти 5 % від 35.
- Як розв'язати задачу на знаходження відсоткового відношення двох чисел?
- Скільки відсотків становить 50 від 200?
- Як розв'язати задачу на знаходження числа за його відсотком?

75 становить 10 % від даного числа. Яке це число?

2. Робота в парах.

Обчислити, який відсоток становить: 14 від 56; 15 від 75; 3 від 24.

ІІІ. Узагальнення знань з теми.

1. Теоретична частина

На уроці нам треба з'ясувати, де застосовуються знання, які ви отримали під час вивчення теми «Відсотки». Поговоримо про банк та деякі аспекти його повсякденної роботи. Банк — це установа, яка акумулює тимчасово вільні кошти на принципах строковості, надає кредити, здійснює грошові розрахунки. Часто можна почути такі терміни: кредит, депозит, іпотека тощо. Може хтось із вас знає, що означають ці терміни і коли їх слід вживати?

Кредит — кошти, що надаються банком громадянам і юридичним особам для використання з поверненням банку з відсотками.

Депозит — кошти, що приймаються банком від громадян і юридичних осіб, зберігаються і повертаються особам з відсотками.

Банки відіграють важливу роль в економіці та розвитку нашої держави. За формою власності банки бувають державні та приватні. За спеціалізацією банки поділяються на:

- інвестиційні, які надають кредити під розширені відтворення фірм, тобто фінансують капіталовкладення;
- інноваційні, що надають позики під здійснення науково-технічних програм;
- іпотечні, що надають позики під заставу нерухомості.

Прибуток банку формується залежно від вкладів і кредитів: кредити дають під 10-20 %, депозити приймають під 5-18 %. Прибуток банку – це різниця між депозитом і кредитом.

Прості і складні відсотки

У випадку кредитів та депозитів використовують формули для обчислення простих відсотків на період в роках, місяцях і днях. Задачі не вимагають складних обчислень. На практиці відсотки використовують в банківській сфері, хімії, медицині, господарстві. Інша частина задач стосується знаходження вмісту чогось за відомими відсотками, або навпаки – за вмістом знайти відсоткові співвідношення.

Розглянемо приклад розміщення 100 грн. на банківському депозиті під 10% строком на один рік. Поточна вартість P становить 100 грн.

Через рік інвестор на вкладений внесок отримає 10% або 10 грн. Сума грошових коштів через рік дорівнює сумі вкладу плюс накопичені відсотки (100 + 10 = 110 грн.).

Отже, майбутня вартість сьогоднішніх 100 грн. дорівнює 110 грн.

Майбутню вартість P_i можна визначити, але формулою:

$$P_i = P\ (i + r),$$

де P - поточна вартість; r - ринкова відсоткова ставка.

У нашому прикладі майбутня вартість:

$$P_I = P\ (i + r) = 100\ (1 + 0{,}1) = 110 \text{ грн.}$$

Якщо через рік інвестор з банку не забирає ні відсотки, ні суму початкового внеску, а розміщує ці кошти на депозиті строком ще на один рік, то майбутня вартість розміщених коштів складе:

$$P = 110\ (1 + 0{,}1) = 100\ (1 + 0{,}1)\ (1 + 0{,}1) = 100\ (1 + 0{,}1)\ 2 = 121 \text{ (грн.)}$$

У загальному вигляді майбутню вартість поточних грошових коштів можна представити як:

$$P_I = P\ (I + r)^n,$$

де r - річна відсоткова ставка; (1 + r) - коефіцієнт нарощення; п - число років нарощення.

У розглянутому прикладі умовами розміщення грошових коштів передбачено, що інвестор вкладає кошти на кілька років під певний відсоток. При цьому сума накопичених процентів не вилучається, а залишається па рахунку інвестора, і на неї нараховуються відсотки. Однак умови вкладу можуть бути й інші. Інвестор щороку забирає накопичені відсотки, а відсотки за наступний рік нараховуються тільки на початкову суму. Залежно від способу нарахування відсотків на вкладений капітал розрізняють прості і складні відсотки.

Задачі на відсотки розв'язуються в досить швидкий спосіб при знанні декількох простих формул. Частина з них стосується нарахувань по внеску чи кредиту, коли ті здійснюються за певні часові проміжки. Також складні відсотки використовують в задачах хімії, медицини та ряді інших.

Я вам розповім і покажу ряд задач, з якими ви зустрінетеся в подальшому житті, оскільки кожна людина має справу з банком в тій чи іншій мірі.

Простий відсоток на роки.

Формула простого відсотку на роки:

$$P_i=P \cdot (1+ n/100 \cdot r)$$

де P_i – збільшення величини P за r років, якщо ставка складає n відсотків. Величиною P можуть виступати депозити, кредити, матеріали.

Задача 1. Вкладник розмістив суму розміром 2400 грн. в банк. Визначте, яку суму отримає вкладник через 3 роки, якщо відсоткова ставка складає 19% в рік.

Розв'язання: Дані з умови підставляємо в формулу простих відсотків $P_3=2400 \cdot (1+19/100 \cdot 3) =3768$ (грн.)

Таким чином за 3 роки вкладник отримає 3768 грн.

Обернена задача на відсотки.

Оберненою задачею на відсотки називають таку, в якій за невідомі виступають кількість років або відсоткова ставка.

Задача 2. Вкладник взяв у кредит 3000 грн. і повинен повернути через п'ять років. Знайти відсоткову ставку кредиту, якщо відомо, що потрібно віддати банку 8100 грн.

Розв'язання: Виведемо формулу для цієї задачі.

$$P_i=P \cdot (1+n/100 \cdot r);$$

$$P_i/P=1+n/100 \cdot r;$$

$$n= (P_i/P-1)/r \cdot 100.$$

Виконуємо обчислення за виведеною формулою

$$n= (8100/3000-1)/5 \cdot 100=1,7/5 \cdot 100=34 \ (\%).$$

Отже, відсоткова ставка кредиту складає 34 %.

Якщо в оберненій задачі на відсотки потрібно знайти кількість років, то потрібна формула на основі попередніх викладок матиме вигляд:

$$r= (P_i/P-1)/n \cdot 100$$

Розрахунок простих відсотків за декілька місяців.

Формула простих відсотків в цьому випадку матиме вигляд:

$$P_i=P \cdot (1+n/100 \cdot m/12)$$

де m – кількість місяців (month).

Задача 3. Вкладник розмістив суму розміром 1600 грн. в банк на один рік, однак йому прийшлося забрати гроші через сім місяців. Відсоткова ставка при достроковому знятті депозиту становить 9 % на рік. Знайти суму, яку отримає вкладник.

Розв'язання:

Застосовуємо формулу для обчислень:

$$P_3=1600 \cdot (1+9/100 \cdot 7/12)=1684 \ (грн.)$$

За 7 місяців вкладник отримає 1684 грн.

З наведеної формули досить просто отримати всі необхідні величини для оберненої задачі. Кількість місяців визначають за формулою:

$$m = (P_i/P-1)/n \cdot 100 \cdot 12$$

Відсоткову ставку знаходять із залежності

$$n = (P_i/P-1)/m \cdot 100 \cdot 12$$

Розрахунок простих відсотків за період у днях.

Цей тип задач застосовують при імітації короткочасних кредитів або депозитів. Формула нарахувань має вигляд:

$$P_i=P \cdot (1+n/100 \cdot d/365),$$

де d – кількість днів.

Задача 4. Позичальник отримав кредит на суму 20000 грн під 32 % річних. Через 240 днів кредит було повністю погашено. Розрахуйте, яку суму позичальник віддав банку? На скільки різниться ця сума від позиченої?

Розв'язання:

Застосовуємо формулу простих відсотків для обчислень:

$$P_i=20000 \cdot (1+32/100 \cdot 240/365) = 24208{,}22 \text{ (грн)}$$

Формули складних відсотків.

У випадку розміщення вкладів з капіталізацією відсотків на роки кінцева сума депозиту визначається формулою:

$$P_i = P\left(1 + \frac{r}{100\%}\right)^n$$

де P – початковий внесок, r – відсоткова ставка, n – кількість років.

За складними відсотками працюють банки, інвестиційні фонди, страхові фірми. Поширені за кордоном, а зараз і в Україні - пенсійні фонди та фонди страхування життя працюють за схемою складних відсотків.

При розміщенні вкладів з капіталізацією відсотків поквартально формула складних відсотків матиме вигляд:

$$P_i = P\left(1 + \frac{r}{4 \cdot 100\%}\right)^q$$

де q – кількість повних кварталів.

При капіталізації відсотків щомісячно застосовують наступну формулу для обчислень:

$$P_i = P\left(1 + \frac{r}{12 \cdot 100\%}\right)^s$$

де s – кількість місяців існування угоди.

Останній випадок, неперервне нарахування відсотків, коли складні відсотки нараховують щоденно, розраховують за формулою:

$$P_i = P\left(1 + \frac{r}{365 \cdot 100\%}\right)^m$$

де m – кількість днів.

Страхування життя та відкладання пенсій відбувається за складнішими формулами, крім нарахування складних відсотків щороку здійснюються необхідні внески.

Розглянемо два випадки накопичення.

Чоловік відкладає 5000 грн. протягом 20 років. За цей час він відкладе:

$$20 \cdot 5000=100000 \text{ (грн)}.$$

При відкладанні у накопичувальні фонди з річною ставкою 13%, за перший рік сума зросте до:

$$5000 \cdot (1+13/100)=5650 \text{ (грн)}$$

Наступного року чоловік до цієї суми додає ще 5000 грн. В результаті, за другий рік сума збільшиться:

(5650+5000) • (1+0,13)=12034.50 (грн)

Продовжуючи подібні обчислення, в кінці терміну отримаємо суму розміром 457349,58 грн.

Повірте – помилок при обчисленні немає, велике значення набігає за рахунок складних відсотків. Сумнівним лишається тільки історія зміни платоспроможності гривні через 20 років. Враховуючи політику держави вкладати гроші в такі фонди люди не спішать, проте за кордоном практика відкладання грошей поширена, правда відсоткові ставки набагато нижчі.

Розглянемо поширені задачі на відсотки**.**

2. Практично розв'язуємо задачу

Задача.

Комерційний банк «Алекс» прийняв від приватної фірми на депозитні рахунки 800000 грн під 12 % річних та надав кредити на суму 700000 грн під 20 % річних. Чому дорівнює прибуток банку?

Викладач зачитує задачу, а здобувачі освіти, формулюючи математичну модель, розв'язують її.

800000 • 0,12 = 96000 (грн).

700000 • 0,2 = 140000 (грн).

140000 — 96000 = 44 000 (грн) — прибуток.

3. Самостійна робота в парах.

1) У який банк ви б поклали свої гроші: туди, де нараховують 14% річних, чи туди, де нараховують 19% річних?

2) Один банк надає кредит під 12% річних, а інший — під 18% річних. У якому банку ви б узяли кредит?

4. Навчаємося та закріплюємо отриманні знання та навички під час гри.

Учні представляють задачі по ролях, розігруючи рольові сценки.

Рольова задача-гра «Хочу мати автомобіль».

Представник «Агропромбанку».

Наш банк надає ряд послуг, серед яких пільгове кредитування для придбання вітчизняних автомобілів «Таврія». Перший внесок 25% загальної вартості автомобіля з подальшою виплатою остачі від вартості автомобіля протягом двох років під 12% річних. (Задачі читають здобувачі освіти, що сидять за однією партою)

- Я почула рекламу «Агропромбанку» і хотіла б оформити кредит на купівлю автомобіля.

- Який автомобіль ви хочете придбати?

- «Таврія». Який перший внесок я повинна заплатити, щоб отримати кредит?

- Зараз ми виконаємо розрахунки.

На сьогодні «Таврія» коштує 65 000 грн.

25 % від 65 000 це 65 000 • 0,25 = 16250 (грн) – перший внесок.

Залишиться 65 000-16250 = 48750 (грн).

Нараховуємо відсотки банку,

тобто 12 % від 48750 грн:

48750 • 0,12 = 5850 (грн).

Загальна сума, що залишається для оплати протягом двох років, становитиме

48750 + 5850 =54600 (грн) і кожного місяця слід сплачувати 54 600 : 24 = 2275 (грн).

Задача – сценка «Хочу розширити свій бізнес»

Представник банку «Воля-лайф».

Наш банк розробив широку програму іпотечного кредитування, тобто надання кредиту під заставу майна на дуже вигідних умовах.

Я підприємець, маю магазин. Хочу розширити свій бізнес і взяти позику 300000 грн, давши під заставу свою двокімнатну квартиру.

- Ми можемо запропонувати вам кредит під 20 % річних.

- Панове , прошу зробити мені розрахунки.

300 000 • 0,2 = 60 000 (грн);

300 000 + 60 000 = 360 000 (грн).

Вчитель. Ми розглянули задачі на знаходження відсотків від даного числа.

Задача – сценка « Баба Зіна »

Представник банку «Кредит-сервіс».

Наш банк має цікаві напрацювання у роботі з пенсіонерами.

- Мене звати баба Зіна, я уклала з банком угоду, що отримуватиму лише відсотки від пенсії, а решту заощаджуватиму на навчання внукам. Я отримала 238 грн, а чула, що пенсію підвищили. То я хочу знати, яка в мене тепер пенсія?

- Наш банк надає таку інформацію. Під який відсоток ви уклали угоду?

- Я уклала угоду під 12 % річних.

- 238 грн становить 12 %

238 : 0,12 =1984 (грн).

Вчитель.

Ми розв'язали задачу на знаходження числа за відсотком.

IV. Закріплення навчального матеріалу.

1. Робота в групах

Ощадний банк виплачує 15% річних. Скільки виплатив банк вкладникові за рік, якщо вклад становить:

а) 100 грн;

б) 1000 грн;

в) 10 000 грн ?

V. Домашнє завдання

Цікаві факти

1. Англійський астроном Френсіс Бейлі в 1810 р. підрахував, що якщо в рік народження Христа покласти 1 пенсію під 5% річних, то за ці роки він перетворився б на таку кількість золота, якого вистачило б для заповнення 357 млн земних куль.

2. Острів Манхеттен (США) був придбаний в 1626 р. Пітером Мінуітом в місцевих індіанців за суму, рівну приблизно 25 дол. США. В даний час сукупна вартість острова обчислюється мільярдами доларів. Однак якби Пітер вклав свої 25 дол. в банк під 7% річних, то в даний час він би отримав 3600000000000 дол. США, що істотно більше нинішньої вартості острова з усіма спорудами на ньому. Ось до чого призводить прийняття одного разу неправильного рішення.

Таблиця «Вартість інвестицій у розмірі 100 дол. на кінець року з 10% - ставкою»

Рік	Простий відсоток	Складний відсоток

1	110	110
2	120	121
3	130	133
4	140	146
10	200	259
50	600	11739
100	1100	1378061
200	2100	18990527622

Таблиця показує, що в перший рік різниця в доході між простим і складним відсотком дорівнює нулю. Потім ця різниця починає незначно зростати. Вона вельми велика для 50-річного та величезна для 200-літнього періоду.

Список використаних джерел

1. Кушнір Л.Д. Математика (алгебра і початки аналізу та геометрія, рівень стандарту). 10 клас. Календарно-тематичний план з урахуванням компетентнісного потенціалу предмета. *Ранок*, 2019.

2. Алгебра і початки аналізу 10 клас Алгебра. Рівень стандарту. Серія «Мій конспект» Основа.

3. Боренкова З. І. Прикладна спрямованість навчання на уроках математики. Математика в школах України. 2008. № 27. С. 21-23.

4. Кравченко Ю, Суртмач О., Сусол О., Швець Л. Математичні задачі з елементами українознавства. *Математика*. 2014. № 20. С. 18- 21.

5. Сосницька В. Добірка задач практичного змісту. *Математика*. № 27-28 . С. 31-35

6. Шахненко О. Ф. Інформаційні задачі. *Математика в школах України. Позакласна робота*. 2012. № 12. С. 20-21.

7. Інтерактивні технології на уроках математики. Харків : Основа, 2007 .

8. Вінник Л. Міжпредметні зв’язки як умова підвищення ефективності навчально-виховного процесу. *Професійно-технічна освіта*. 2003. №2.

9. https://proftekhosvita.org.ua/uk/news/.

10. metodportal.net/node/788/

11. https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%BE%D0%BC%D0%BF%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%81%D1%82%D1%8C

12. https://roippo.org.ua/upload/iblock/a9e/pavlus-g.-o._ostrov_k-a.-b..pdf

Методична розробка уроку

МЕТОДИ РИНКОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Мельничук Ганна Олексіївна,
викладач Вищого професійного училища №25 м. Хмельницького

e-mail: anitaxm11@gmail.com

ТЕМА УРОКУ

МЕТОДИ РИНКОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ

Дисципліна: ***«Ціноутворення»***
Мета уроку: *ознайомити учнів з основними витратними методами ціноутворення.*
Тип уроку: *засвоєння нових знань.*

ХІД РОБОТИ

1. Організаційний момент.

2. Актуалізація і мотивація навчальної діяльності.

Методи ціноутворення, що ґрунтуються на врахуванні витрат, називаються **витратними**. До них відносять метод повних витрат (повної собівартості), метод виробничих витрат (виробничої собівартості), метод змінних витрат, метод змінних виробничих витрат, ціноутворення на основі кривої досвіду.

Витратні методи ціноутворення полягають в тому, що основою для визначення ціни є базові витрати на одиницю продукції, до яких додається надбавка – величина, що покриває невраховані витрати і прибуток. Через це їх часто називають «витрати плюс». Цими методами в ринковій системі господарювання визначають нижню межу ціни, відтак кінцева ринкова ціна може бути вище за неї.

Сферою застосування витратних методів є ситуації, де збут гарантований, наприклад, при ціноутворенні на такі товари: дорогу принципово нову, тобто унікальну продукцію; товари штучного виробництва (на замовлення); товари на держзамовлення; продукцію, для якої держава обмежує рівень рентабельності; продукцію підприємств-монополістів.

3. Пояснення нового матеріалу.

Запишіть тему заняття: «***Витратні методи ціноутворення***».

У ринкових умовах ціна, як правило, встановлюється на основі співвідношення між попитом та пропозицією. Але це не означає, що підприємці не беруть жодної участі у встановленні ціни. Вони ще до початку реалізації товару, враховуючи його якісні характеристики, маючи розрахункову величину витрат, знаючи ціни конкурентів і споживчий попит на ринку, починають формувати вихідну ціну на свою продукцію. За такою початковою ціною товар надходить до ринку, де в процесі купівлі-продажу під впливом співвідношення між попитом і пропозицією встановлюється остаточна ціна реалізації.

Вихідна ціна має бути в межах між надмірно низькою ціною, яка не дає прибутку, і надмірно високою, яка стримує попит. Тому мінімально можлива ціна визначається собівартістю продукції, а максимальна – наявністю унікальних властивостей товару. Ціни товарів конкурентів і товарів-аналогів обумовлюють середній рівень, на який слід спиратися, встановлюючи ціну.

Такими міркуваннями потрібно керуватися підприємцям при вирішенні проблеми вибору методу розрахунку ціни. У ринкових умовах найширше застосовуються методи, які у своїй основі спираються на:

- витрати;
- попит;

- конкуренцію.

Методи ціноутворення, що ґрунтуються на врахуванні витрат, називаються витратними. До них відносять метод повних витрат, метод надбавок, метод цільового прибутку та агрегатний метод.

Визначення ціни методом повних витрат спирається на калькуляцію продукції, до якої додається певна величина прибутку. Головна перевага даного методу — це легкість розрахунків. Але він має два істотні недоліки. *По-перше*, при встановленні ціни не береться до уваги чинник попиту на товар та конкуренція. Тому можлива ситуація, коли товар за такою ціною не користуватиметься попитом, оскільки конкуренти виробляють дешевшу продукцію або кращу за якістю. *По-друге*, визначення витрат не пов'язане зі зміною обсягів виробництва. Цей метод використовується в ринкових умовах, коли необхідно встановити ціну на принципово нову продукцію, яка не має аналогів, а також на товари, що виробляються на замовлення.

Торговельні та посередницько-збутові організації при визначенні ціни реалізації широко використовують метод надбавок, згідно з яким до закупівельної вартості товару додається певна націнка. За її рахунок посередники забезпечують відшкодування своїх витрат та одержання прибутку.

До витратних методів належить також метод беззбитковості та цільового прибутку, застосовуючи який, підприємець прагне встановити таку ціну, яка забезпечить йому бажану величину чистого доходу. Цей метод спирається на графік беззбитковості, який відображає витрати та очікуваний обсяг виручки при різних рівнях виробництва чи продажу. Побудуємо графік беззбитковості для варіанта, коли ціна виробу становить 40 грн, постійні витрати дорівнюють 240 тис. грн, а обсяг виробництва — 15 тис. шт. (рис. 1.1).

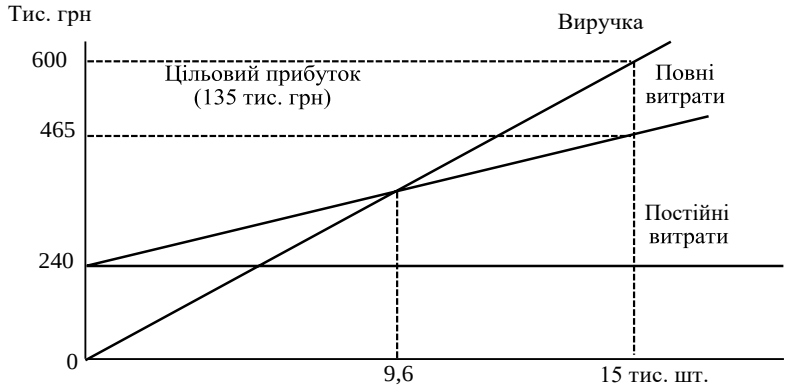


Рис.1.1. Графік беззбитковості

Як видно з графіка, постійні витрати не змінюються залежно від обсягу реалізації, а повні (тобто сума постійних і змінних витрат) збільшуються одночасно зі зростанням обсягів реалізації. Крива виручки починається з нульової позначки і підіймається вгору зі збільшенням кількості реалізованої продукції.

Місце перетину ліній виручки та повних витрат називається точкою беззбитковості. Вона показує обсяг реалізації, за якого виручка повністю покриває витрати підприємства, а прибуток, відповідно, дорівнює нулю. Сектор, що знаходиться ліворуч від цієї точки, відображає збитки, а сектор праворуч — прибуток від реалізації продукції.

Точку беззбитковості можна знайти і аналітичним шляхом. Вона, як правило, визначається в натуральних одиницях (кількість продукції), але може бути виражена і в грошовій формі. Точка беззбитковості в натуральному вимірі ($Т_б$) обчислюється за формулою:

$$Т_б = \frac{\Sigma\ ПВ}{Ц - ЗВ} = \frac{\Sigma\ ПВ}{МД},$$

де Σ ПВ — сума постійних витрат;

ЗВ — змінні витрати на одиницю продукції;

Ц — ціна виробу;

МД — маржинальний дохід на одиницю продукції (питомий маржинальний дохід).

Застосовуючи дану формулу, можна визначити доцільність укладання договорів на поставку продукції. Припустимо, що підприємство має можливість укласти угоду на виробництво 15 тис. виробів за ціною 40 грн за штуку. Розрахунки показують, що сума постійних витрат на виконання замовлення становить 240 тис. грн, а змінні витрати на одиницю продукції дорівнюватимуть 15 грн. За вказаних умов точка беззбитковості дорівнюватиме 9,6 тис. виробам [240 : (40 – 15)]. Це свідчить про те, що підприємству вигідно укласти такий договір, тому що всі постійні виграти будуть компенсовані реалізацією вказаної кількості продукції. Виходячи з цього, маржинальний дохід на одиницю решти виробів, по суті, є чистим прибутком, загальний розмір якого від продажу 5,4 тис. одиниць продукції становить 135 тис. грн [(40 – 15) 5,4].

Якщо на ринку є конкуренти, які також прагнуть отримати це замовлення, підприємство може запропонувати замовнику вигідніші умови на основі зниження відпускної ціни продукції. Але виробник при цьому повинен урахувати, що для отримання такого ж розміру прибутку йому необхідно укласти угоду на більшу кількість продукції. Враховуючи, що підприємство має не лише компенсувати свої витрати, а й отримати цільовий прибуток ($П_ц$), для визначення мінімального обсягу замовлення ($К_{min}$) використовується формула:

$$К_{min} = \frac{\Sigma\ ПВ + П_Ц}{МД}.$$

Наприклад, виробник пропонує замовникові зменшити ціну до 35 грн. У цьому разі точка беззбитковості перебуватиме на рівні 12 тис. виробів [240 : (35 – 15)], а для одержання цільового прибутку в розмірі 135 тис. грн йому потрібно виробити ще 6,75 тис. одиниць продукції [135 : (35 – 15)]. Таким чином, договір потрібно укласти як мінімум на 18,75 тис. виробів.

Продовжуючи приклад, припустимо, що підприємство має можливість на вільних потужностях виробити ще 1,25 тис. виробів. Але така додаткова кількість продукції може бути реалізована на ринку тільки за ціною 26 грн за одиницю. Розрахунки показують, що така ціна навіть менша повної собівартості виробу, яка дорівнює 27 грн [15 + (240 : 20)]. На перший погляд, виробництво такої партії продукції принесе підприємству лише збитки на кожному виробі в розмірі однієї гривні. Але слід пам’ятати, що вся сума постійних витрат уже компенсована реалізацією 12 тис. виробів першої партії. Тому витрати підприємства на виробництво одиниці продукції додаткової партії дорівнюватимуть лише змінним витратам, а прибуток — маржинальному доходу. У результаті продажу додаткової продукції виробник одержить чистий прибуток у розмірі 13,75 тис. грн [(26 – 15) × 1,25].

Досить обмежено при формуванні цін застосовується агрегатний метод. Його суть полягає в тому, що ціна визначається додаванням цін окремих складових частин товару, до якої додаються витрати на їхню комплектацію та збирання. Агрегатний метод застосовується, по-перше, коли товар складається з окремих готових виробів (меблеві гарнітури, столові сервізи), а по-друге, коли продукція виготовляється з окремих елементів, вузлів чи деталей (пульти управління).

4. Закріплення нового матеріалу:

Для закріплення нового матеріалу, дайте відповіді на наступні питання:

1. Охарактеризуйте витратний метод ціноутворення.
2. Опишіть переваги цього методу.
3 .Що називається точкою беззбитковості?
4. За якою формулою розраховується точка беззбитковості?
5. Охарактеризуйте метод, що спирається на попит.

5. Підсумок уроку.

Отже, на сьогоднішньому уроці ми розглянули основні витратні методи, на основі яких будується політика ціноутворення.

6. Домашнє завдання.

Підготувати доповідь на тему «Точка беззбитковості».

Методична розробка уроку

ДОХОДИ ТА ЇХ РОЗПОДІЛ

Павлішина Анжела Анатоліївна,
викладач Державного навчального закладу
«Подільський центр професійно-технічної освіти»

e-mail: an.pavlyshyna@gmail.com

Тема уроку
«ДОХОДИ ТА ЇХ РОЗПОДІЛ»

Дисципліна: ***«Основи галузевої економіки» Мета уроку:***
навчальна: *перевірити знання учнів про суть розподілу доходів, джерела і структуру сімейних доходів.*
розвивальна: *розвивати уміння аналізувати доходи сім'ї, творчі здібності та уяву учнів.*
виховна: *виховувати в учнів повагу до внеску кожного члена у сім'ю.*
Тип уроку: *урок перевірки і корекції знань, умінь і навичок.*
Вид уроку: *урок-ділова гра.*

ХІД УРОКУ.

І. Повідомлення теми, мети та завдань уроку (ознайомлення з грою).

На минулому уроці ви ознайомилися з суттю розподілу доходів, джерелами і структурою сімейних доходів. Закріплення цього матеріалу буде проходити у формі гри під назвою "Моя сім'я".

Ми створимо у групі декілька уявних сімей і розподілимо ролі між учасниками (*додаток*).

Є такі сім'ї:

- сім'я Відважних;
- сім'я Кмітливих
- сім'я Творчих;
- сім'я Підприємливих.

ІІ. Мотивація учіння учнів (опис завдань у грі).

Сім'ї усі різні, але в них є одна спільна риса – усі вони мають однакову суму доходів 1760 у.о. Кожне завдання мас певну кількість у.о. Вони нараховуються за кожну правильну і оригінальну відповідь.

Виграє та сім'я, яка заробить найбільше у. о.

ІІІ. Перевірка знань учнями фактичною матеріалу і основних понять (конкурс "Представлення сусідам" і "Сімейний бюджет").

Всі сім'ї живуть в одному будинку, але ніхто нікого не знає. Давайте познайомимося. Сім'я радиться декілька хвилин і обирає одного учасника, який розповість нам за допомогою картки про свою сім'ю, чим займається, які доходи отримує, з яких статей складається бюджет сім'ї, а також можливі шляхи його поповнення. Найкращі бюджети отримають по 200 у.о.

IV. Перевірка глибини осмислення учнями знань і ступеня їх узагальнення ("Лотерея").

Доходи сім'я може отримати і завдяки виграшу в лотерею. По черзі з кожної сім'ї учасники витягають лотерею з питанням. Якщо учень відповів правильно, то він заробляє для своєї сім'ї ці у.о., якщо ні – то з його сім'ї знімається ця кількість у.о. і замість нього може відповісти інший учасник з іншої сім'ї і заробити ці у.о.

Питання.

На 100 у.о.:

1. В чому суть розподілу доходів?
2. Що таке сімейні доходи?
3. Що таке прожитковий мінімум?
4. Що таке споживчий кошик?
5. Що таке сім'я?

На 300 у.о.:

1. В чому полягає суть вертикальних і горизонтальних зв'язків у розподілі доходів?
2. Назвіть причини диференціації доходів.
3. Які функції виконують сімейні доходи?

На 500 у.о.:

1. Сім'я взяла в кредит телевізор. Вартість телевізора 1510 грн. Скільки платитимуть члени сім'ї в місяць, якщо вони взяли кредит на 1 рік під *5%* річних?

Розв'язання.

1) 1510*0,05=75,5 (грн) - переплата за рік:
2) 1510+75,5=1585,5 (грн) - вартість телевізора в кредит;
3) 1585,5:12=132,13 (грн)- плата в місяць по кредиту.

Відповідь: 132,13 грн.

2. 20% своїх доходів на початку року ваша сім'я вклала в банк під відсотки. Скільки вона отримає за рік, якщо поклала гроші під 12% річних?

Розв'язання.

1) 1760*0,2=352 (у.о.) - вклала сім'я;
2) 352*0,12=42,24 (у.о.) - відсотки за рік;
3) 352+42,24=394,24 (у.о.) - отримає сім'я через рік.

Відповідь: 394,24 у.о.

3. Сім'я здала квартиру, що залишилася від родичів, на 1,5 року за 210 грн в місяць. Скільки отримає сім'я після закінчення строку, якщо щомісяця вона платить податок 13%?

Розв'язання.

1) 210*0,13=27,3 (грн) - сума податку щомісяця;
2) 210-27,3=182,7 (грн) - отримує сім'я від квартири чистого доходу;
3) 182,7*18=3288,6 (грн) - отримає сім'я після закінчення строку здачі квартири.

Відповідь: 3288,6 грн.

4. Усі свої доходи за місяць (1760 у.о.) сім'я розподіляє таким чином:

15% - плата за квартиру;
25% - витрати на їжу;
5% - витрати на транспорт.

Інші доходи витрачають на одяг і розваги.

Скільки сім'я витрачає на одяг, якщо на розваги вона витрачає не більше 100 у.о.?

Розв'язання.

1) 100-(15+25+5)=55% - частина доходів, що витрачають на одяг та розваги;
2) 1760*0,55=968 (у.о.) - витрачаються на одяг та розваги;
3) 968-100=868 (у.о.) - витрачають на одяг.

Відповідь: 868 у.о.

V. Аналіз і оцінка виконаної роботи (підсумки гри).

Підраховуються у.о., набрані або втрачені за урок. Аналізується діяльність учасників під час гри.

VI. Підсумок уроку і повідомлення домашнього завдання.

Отже, ми сьогодні у формі гри перевірили наші знання, спробували себе у ролі різних членів сім'ї. Тепер ви з більшим розумінням зможете оцінити не тільки доходи вашої сім'ї, але й раціонально спланувати їх витрати.

ДОДАТОК

КАРТКИ З РОЛЯМИ

<u>Сім'я Відважних</u> Дідусь 60 років – отримує пенсію. Бабуся 58 років – отримує пенсію, продає газети і журнали на ринку. Батько 40 років – безробітний. Мати 35 років – працює на хлібокомбінаті. Син 18 років – навчається в училищі, отримує стипендію. Син 10 років – школяр. *Сукупний дохід сім'ї складає - 1760 у.о.*
<u>Сім'я Кмітливих</u> Дідусь 65 років – пенсіонер, ремонтує годинники в ремонтній майстерні. Бабуся 55 років – пенсіонерка. Батько 42 роки – працює слюсарем на заводі. Мати 40 років – працює медсестрою в лікарні. Дочка 20 років – студентка-заочниця, не працює. Син 17 років – студент, отримує стипендію. *Сукупний дохід сім'ї складає - 1760 у.о.*
<u>Сім'я Підприємливих</u> Дідусь 62 роки – пенсіонер, вирощує саджанці дерев. Бабуся 50 років – пенсіонерка. Батько 47 років – працює різноробочим-будівельником в м. Київ. Мати 40 років – безробітна, отримує допомогу по безробіттю. Дочка 20 років – студентка. *Сукупний дохід сім'ї складає - 1760 у.о.*
<u>Сім'я Творчих</u> Дідусь 60 років – пенсіонер. Бабуся 53 роки – безробітна. Батько 40 роки – працює токарем на заводі. Мати 34 роки –викладач філософії в університеті. Син 17 років – студент, влітку на канікулах працює. *Сукупний дохід сім'ї складає - 1760 у.о.*

Методична розробка уроку

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО.

Попіль Наталія Олексіївна,
викладач економічних дисциплін Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: popilnatali@ukr.net

Тема уроку
«СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Дисципліна: ***спеціальний курс «Основи підприємництва» Мета уроку:***

***навчальна*:** отримати знання про такий вид підприємництва як «соціальне підприємництво», дізнатись про його відмінності від звичайного бізнесу та особливості його започаткування; навчитись використовувати отримані знання для розширення своїх можливостей у світі підприємництва та реалізації своєї підприємницької ідеї.

***розвивальна*:** розвивати в учнів пізнавальний інтерес до даної теми, логічне мислення, увагу, пам'ять, вміння самостійно отримувати знання для саморозвитку та вдосконалення
себе як особистості та потенційного підприємця.

***Мета виховна*:** виховувати відповідальність, цілеспрямованість, креативність, наполегливість у досягненні цілей.

***Тип уроку*:** комбінований.

ХІД УРОКУ

І. Організаційна частина:
- привітання, перевірка наявності учнів;
- контроль готовності учнів до уроку.

ІІ. Цільова установка уроку (мотивація).

Ви вже знаєте суть підприємницької діяльності. Але на цьому можливості підприємництва не закінчуються. Існує ще один, не менш цікавий спосіб стати підприємцем – це соціальне підприємництво, яке в Україні стає трендом. Для того, щоб зробити правильний вибір без зайвих витрат часу і грошей на користь улюбленої і прибуткової справи, яка буде приносити в майбутньому не тільки прибуток, а й задоволення, просто необхідно мати знання про всі можливі варіанти заснування власної справи. Також впровадження у власний бізнес навіть лише елементів соціального підприємництва приносить власнику відмінний результат без переплат!

ІІІ. Формування нових знань. Лекція *(Додаток 1)*
1. Бізнес, який змінює світ.
2. Можливості для розвитку СП в Україні.
3. Чому бізнесу вигідні соціальні інвестиції?
4. Практична сторона соціального підприємництва в Україні.
5. Як зробити соціальний бізнес в Україні привабливим.
6. Тренінг: «Як працює соціальне підприємництво».

IV. Закріплення нового матеріалу:

ТРЕНІНГ: «ЯК ПРАЦЮЄ СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Мета: Навчитись формулювати основні визначення, що стосуються тематики соціального підприємництва; орієнтуватись у специфіці та функціональності соціального підприємництва та його впливу на державу, суспільство і громаду; орієнтуватись у соціальних потребах і визначати серед них ті, які під силу буде вирішити за допомогою соціального підприємництва.

Навчальні матеріали: аркуші паперу (фліпчарт), маркери, мультимедійна презентація.

Методи: вправи**,** робота в групі, розмова, обговорення, аналіз.

План тренінгу:

1. Міні-лекція – 10 хв.

2. Вправа №1 «Пошук та визначення соціальної проблеми» - 15 хв.

3. Вправа №2 «Наряди ялинку» - 15 хв.

4. Заключна рефлексія. Підсумки тренінгу- 5 хв.

Разом – 45 хв

1. Міні-лекція

Як вижити соціальному підприємству, коли навіть комерційному бізнесу важко втриматись на плаву, **–** питання, яке цікавить багатьох, хто вперше чує про соціальний бізнес. Економічних моделей, за якими можна побудувати свій соціальний бізнес **–** чимало. Їх варто обирати залежно від мети:

- ***Витратити частину прибутку на щось корисне.***

  Підприємство продає товари чи послуги, а певний відсоток прибутку віддає на благодійність чи корисну для суспільства ініціативу.

  Наприклад, туристичне бюро VseSvoe організовує екскурсії Україною. А 10% прибутку спрямовує на догляд за історичними пам’ятками.

- ***Дати роботу тим, хто цього потребує.***

  Також є підприємства, в яких більшість працівників — люди з певними обмеженнями чи особливостями. Отриманий прибуток вкладається в розвиток бізнесу — адже розширення підприємства дозволяє працевлаштувати більше людей.

  В компанії Inclusive IT працюють люди з інвалідністю. Вони радять компаніям, як зробити їхні сайти доступними для людей з інвалідністю, зокрема для незрячих, слабозорих, нечуючих, з проблемною концентрацією та тих, які не можуть користуватися мишкою.

З чого почати?

1. Визначтеся з проблемою

Всі соціальні ініціативи починаються з того, що їхні засновники прагнуть змін. Вони допомагають людям та створюють речі, в яких відчувається потреба. За кожним соціальним підприємством стоїть цікава особиста історія, з якою воно почалось. Тож подумайте, яка соціальна проблема торкає особисто вас, ваших близьких, ваше село/місто або навіть країну? Як ви бачите вирішення цієї проблеми?

2. Продумайте свої сильні сторони

Не будьте сором’язливими: подумайте, що у вас виходить найкраще. Ваш досвід та таланти допоможуть визначитись з ідеєю для бізнесу: тому подумайте, що в вас виходить найкраще? Також варто подумати, чи володієте ви ресурсами, які можна потенційно використати для старту бізнесу?

3. Знайдіть підтримку

Допомога зі сторони ніколи не завадить. Зверніться до тих, хто постійно стикається з проблемою, яку ви хочете подолати.

Чудово зростати в середовищі однодумців, де ви зможете отримати знання та підтримку менторів. Наприклад, таким середовищем є Українська соціальна академія, яка пропонує серію навчальних програм з соціального підприємництва та підтримку менторів. Автори найкращих ідей отримають гранти на розвиток проєкту.

4. Дослідіть ринок

Чи намагався вирішити цю проблему хтось до вас? Найчастіше винаходити велосипед немає сенсу. Якщо хтось вже робить те, що запланували ви — надихайтесь його успіхом і вчіться на помилках! Також варто пам'ятати, що рішення, які були неефективні в минулому, можуть спрацювати зараз.

Часто той, хто стикається з обраною вами проблемою, може запропонувати найефективніше рішення. Використайте його для побудови робочої моделі — і не забудьте протестувати, як вона працює.

5. Сформуйте робочу бізнес-модель

Зазвичай, в будь-якій спільноті вистачає мотивації для змін. Але коли ідеї занадто глобальні, найдобріших намірів недостатньо.

Хай ваш план буде настільки легким в реалізації, наскільки це взагалі можливо. Адже якщо ваша ідея не спрацює на найпростішому рівні, немає сенсу її масштабувати.

6. Сплануйте необхідний дохід

Визначтеся, скільки коштів має приносити ваше підприємство для того, щоб реалізувати вашу мету та покрити видатки, забезпечити зарплату вам та вашим працівникам і мати перспективу росту та розширення в майбутньому? Відповіді на ці питання допоможуть вам визначитись з бізнес-моделлю.

7. Знайдіть інвестиції

Пошук фінансування — справжній виклик для бізнесменів, і соціальні підприємці — не виключення. В нашій країні інвестори зазвичай небагато чули про соціальне підприємство — отже варто підготувати відповіді на всі можливі питання щодо вашої бізнес-моделі та бізнес-плану. З іншого боку, для соціальних стартапів доступні гранти для соціального бізнесу, краудфандингові платформи, кредити з низькою ставкою. Тож усе в ваших руках!

2. ВПРАВА №1 «Пошук та визначення соціальної проблеми»

Усі бізнес-ідеї соціального підприємництва приходять від бажання щось змінити. Хтось побачив, що в його маленькому місті не вистачало альтернативної культури, і виникла ідея відкрити клуб, який буде просувати музику та мистецтво. У клубі виступали молоді музиканти та виставляли свої роботи художники. Він працював 5 років, і за цей час культурна ситуація у місті значно змінилася.

У когось народилась ідея органічного виробництва "Із саду" - вирощування органічних фруктів та овочів і навчання цьому інших людей.

Тож подумайте, що турбує особисто вас? Екологія, проблеми людей з особливими потребами чи малозабезпечені родини? Є багато гарних ідей для соціального підприємництва.

Можна відкрити заклад та найняти на роботу молодь з неблагополучних сімей. Можна зайнятися переробкою сміття, виготовляти з використаних речей щось нове. Можна вирощувати органічні продукти. У Бельгії, наприклад, зараз працюють над створенням екологічних матеріалів, з яких можна будувати будинки.

Педагог-тренер дає завдання учням:

Добре поміркувавши, зазначте:

1) дві соціальні проблеми міста, області або країни, які будуть пов'язані між собою та які дійсно варті уваги і потребують вирішення;
2) що ви можете запропонувати для вирішення цих проблем, враховуючи свої можливості;
3) яким чином ви пропонуєте забезпечити рішення цих проблем.

Наприклад:

1. Сортування сміття і облаштування дворів;

2. Виготовлення спеціальних баків для сміття, турнікетів, гойдалок, парканів, огорож.

3. Співпраця з ОСББ, міською радою, з підприємствами-переробниками сміття, з найближчими підприємствами, установами, закладами.

Для зручності, цікавості і економії часу, учні можуть об'єднатись у групи по інтересах, але під контролем педагога-тренера, щоб сили команд були рівними

3. ВПРАВА №2 «Наряди ялинку»

Педагог-тренер дає завдання учням:

1. Створіть уявне соціальне підприємство (на основі вправи №1):

- придумайте відповідну назву, розшифруйте її;
- зазначте місію вашого підприємства.

Наприклад:

- «ФЕНІКС» - несе позитивні зміни, це символ оновлення, покращення;

- місія: зробити наше місто кращим і екологічно чистим!

2. Відповідно до цієї схеми-малюнка складіть план діяльності вашого соціального проєкта.

3. Для того, щоб **«нарядити свою ялинку»**, спробуйте дати відповіді на такі питання:

- Визначте вашу соціальну мету.
- Який продукт чи сервіс ви будете виробляти?
- Яку цінність ваш продукт буде приносити?
- Хто ваші покупці (споживачі)?
- Як ви плануєте поєднувати бізнесову та соціальну мету?
- Як ви будете визначати, чи успішна ваша діяльність?
- Як ви будете просувати ваш продукт?
- Які для цього потрібні ресурси та навички?
- Чи потрібно вам наймати працівників та яких?
- Якими будуть ваші витрати та доходи і яких розмірів інвестицій ви потребуєте?

4. Підготуйте 3-ох хвилинну презентацію свого підприємства таку, щоб за цей короткий проміжок часу ви встигли зацікавити нас своєю ідеєю, її методом реалізації і викликати у нас бажання інвестувати ваш соціальний проєкт.

Уважно прослухавши всі презентації, розпочинається голосування за найкраще, на вашу думку, соціальне підприємство у вигляді **«інвестування»**.

Умови «інвестування»:

1. Педагог-тренер називає по черзі назви придуманих вами підприємств.

2. Учні (учасники тренінгу) мають оцінити дану ідею і «профінансувати» (проголосувати), купюрою номіналом від 1 до 20 грн.

Купюри можна писати по ходу презентацій, маючи при цьому відповідно підготовленні папірці!

3. Переможцем стає те підприємство, яке зібрало найбільше фінансової підтримки, тобто умовних грошей.

4. ЗАКЛЮЧНА РЕФЛЕКСІЯ.

Підсумки тренінгу

Педагог-тренер пропонує учням коротко завершити речення:

- Найголовніше завдання, що було поставлене сьогодні, – це …
- Найважчим на сьогоднішньому тренінгу було …
- Найцікавішим для мене під час тренінгу виявилось…
- Сьогодні я зрозумів, що …
- Мені подобається (не подобається) ідея «Соціального підприємництва» тому, що…

Здійснюється загальна оцінка результативності тренінгу та висловлюються взаємні побажання тренера й учасників для подальшої роботи.

V. Перевірка засвоєння нових знань:

- Які відмінності соціального підприємництва (СП) від звичайного бізнесу?
- Які основні можливості дають СП розвиватись в Україні?
- Що спільного між СП і звичайним бізнесом?
- Як соціальні інвестиції впливають на імідж підприємства?
- Чи надають соціальні інвестиції конкурентні переваги підприємству?

- Який зв'язок між кадрами підприємства і соціальними інвестиціями?

VI. Рефлексія (підведення підсумків уроку).

Коментування активності учнів на уроці (з обгрунтуванням).

VII. Видача домашнього завдання:

Опрацювати теоретичний та закріпити практичний матеріал щодо соціального підприємництва.

VIII. Список рекомендованої літератури

- Черчик Л. М. Сутність соціального підприємництва та його роль у забезпеченні соціальної безпеки /Л.М. Черчик, Н.В. Коленда //Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. — Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2017. — № 875. — С. 101–107.

Корисна інформація

- Дзюба С. Як правильно обрати організаційно-правову форму ведення бізнесу?
- Допомога вимушеним переселенцям і громадам, які зазнали наслідків конфлітку.
- Мурашко Д. Великому бізнесу варто підтримувати соціальне підприємництво.
- Смаглій К. Чи потрібен Україні закон про соціальне підприємництво?
- Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін

Відеоматеріали:

https://www.youtube.com/watch?v=KoPhFnbM6hc - Що таке соціальне підприємництво і які його особливості.

https://www.youtube.com/watch?v=T_C2DY9-aR0 - Які є типи соціальних підприємств

https://cutt.ly/fnpGeGs – висновок

Соціальне підприємництво в картинках і простих прикладах - YouTube

https://www.youtube.com/watch?v=k8Qh1QLJt9s

https://cutt.ly/bnpGo8x - Як зробити соціальний бізнес в Україні привабливим

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ОБГОВОРЕННЯ ТЕМИ

1. Бізнес, який змінює світ.

Нам більше не цікаво працювати тільки тому, що нам за це платять. Приходячи на роботу щоранку, ми прагнемо усвідомлювати, що те, що ми робимо, має сенс — як для нас, так і для інших людей. Як знайти справу, яка надихатиме нас і робитиме світ навколо хоч трохи кращим?

Непоганим рішенням здається **соціальне підприємництво**. На відміну від звичайного бізнесу, таке підприємство працює не тільки заради прибутку, а і для вирішення певної суспільної проблеми. В той час, як традиційний бізнесмен прагне створити такий продукт, за який заплатить споживач, соціального підприємця в першу чергу цікавить, чи буде його діяльність корисною для суспільства.

Наприклад, ми можемо протистояти домашньому насиллю над жінками, допомагати колишнім АТОшникам реалізуватись чи пояснювати людям, чому нам варто відмовитись від пластикових пакетів. Але робити це не на волонтерських засадах або за гранти, а за дохід, отриманий від власного соціального підприємства.

Отже, соціальне підприємництво – це відгук на хронічні проблеми суспільства – бідність, безробіття чи розосередженість громади. Цей тип підприємницької діяльності задовольняє ті потреби, які не може задовольнити державний сектор, а приватний – ігнорує.

Соціальне підприємництво в Україні стає трендом. Привертає увагу ініціативних груп та активних людей. Використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем підносить соціальне підприємництво на новий рівень розвитку.

2. Можливості для розвитку соціального підприємництва (СП) в Україні

Всеукраїнський ресурсний центр розвитку соціального підприємництва "Соціальні ініціативи" відокремив 4 великі можливості для розвитку СП в Україні, які спонукатимуть до створення все більшої кількості соціальних підприємств.

Можливість №1: Відсутність закону, який би регулював соціальне підприємництво.

Хоч що б там говорили скептики, але це справді велика можливість вибрати для соціального підприємства найбільш оптимальну організаційно-правову форму (ОПФ), як з точки зору бізнес-моделі, так і з точки зору особливостей оподаткування. А це означає, що зародок соціального підприємства може еволюціонувати від комерційного проєкту громадської організації до публічного акціонерного товариства. Варто наголосити, що не важливо, чи існує така форма, як соціальне підприємство, а важливо, з якою метою створюється бізнес. Тут інший підхід до бізнесу: не заради пільг ми створюємо підприємство, а для покращення якості життя вразливих груп населення чи громади загалом.

Можливість №2: Наявність ресурсів, які не задіяні традиційним бізнесом.

Найбільший, звичайно, ***людський ресурс***, до якого можна віднести такі категорії:

- *люди з обмеженими можливостями;*
- *біженці (внутрішньо переміщені особи);*
- *національні меншини;*
- *люди похилого віку;*

- *молодь;*
- *люди із залежностями;*
- *ВІЛ-позитивні люди;*
- *багатодітні мами;*
- *люди, що вийшли з місць позбавлення волі.*

Часто такі люди мають прекрасні вміння і навички, однак їх «особливості» відлякують традиційних підприємців брати їх на роботу через силу-силенну міфів і стереотипів.

Споруди у власності громади.

В Україні багато будівель, які фактично не використовуються, бо в жахливому стані, і які знаходяться у власності громади. На превеликий жаль, прислів'я «і сам не гам, і іншому не дам» актуальне для місцевих влад, тому часто такі споруди перетворюються на руїни.

За кордоном існує багато прикладів, коли закинуті цехи непрацюючих підприємств трансформуються в офісні центри із працевлаштуванням представників вразливих груп населення, і з прибутками, що спрямовуються на вирішення місцевих проблем.

Можливість №3: Лояльність споживачів до продукції соціального підприємства зростає.

Споживацька культура українців змінюється у кращий бік. Якщо 10 років тому увагу звертали здебільшого на ціну, то зараз переглядається і країна-виробник, і термін придатності, й інгредієнти, а також наявність соціальної складової. Відчуття причетності до корисної справи, та ще й у досить простий спосіб купування необхідного товару чи послуги стає вагомим аргументом на користь соціальних підприємств, а тим більше на фоні підтримки національного товаровиробника. Оскільки малого бізнесу в Україні відносно мало, то соціальні підприємці можуть легко знаходити своїх покупців, формувати більш свідому культуру споживання, а відтак спільно вирішувати нагальні соціальні проблеми у громадах.

Можливість №4: СП підтримується міжнародними фондами і організаціями

На перший погляд, задавши параметри пошуку «підтримка соціальних підприємств» в інтернеті, ми не побачимо жодного результату, який би відповів на запитання «Де взяти ресурси на стартап?». Проте, існує багато пропозицій, які дотичні до соціального підприємництва, хоч і називаються по-різному.

Наприклад:

- *Підтримка внутрішньо переміщених осіб від **Програми Розвитку ООН**. Метою програми є створення робочих місць для внутрішньо переміщених осіб в Україні, а також для місцевого населення Донецької та Луганської областей.*
- *Допомога вимушеним переселенцям і громадам, які зазнали наслідків конфлікту, від **Міжнародної організації з міграції.** Однією зі складових програми є проведення тренінгів і надання грантів вимушеним переселенцям на підтримку їхніх зусиль щодо свого матеріального забезпечення через організацію малих підприємств, самозайнятість та професійне навчання.*
- *Майже усі програми донорів, спрямовані на розвиток сільської місцевості, містять елементи соціального підприємництва (**Фонд "Монсанто", Міжнародний благодійний фонд "Добробут громад" (Heifer International)**).*
- *Програма соціального інвестування "**Вестерн Ен-Ай-Ес Ентерпрайз Фонд**", яка створена для комплексної підтримки соціальних підприємств через надання доступних кредитів, консультаційні і тренінгові послуги, вирішення конкретних проблем у громадах.*
-

3. Чому бізнесу вигідні соціальні інвестиції?

Для чого існує ваш бізнес? Відповідь на це питання здається очевидною — якщо ви не отримуєте прибутку, то не можете називатися підприємцем. Але для того, щоб заробити, вам

так чи інакше доведеться думати про проблеми та потреби інших людей — щоб створити продукт, необхідний споживачеві. Чим би не займалася ваша компанія, вона так чи інакше виконує соціальні зобов'язання — сплачує податки, створює робочі місця та допомагає людям та компаніям вирішити їхні проблеми. Але багатьом бізнесменам здається, що цього недостатньо. Зараз понад 90% найбільших світових брендів жертвують на благодійність чи мають власну програму соціальної відповідальності і прагнуть досягти позитивних змін у суспільстві або довкіллі за допомогою бізнес-інструментів. Українські бізнесмени прагнуть наслідувати світовий досвід. Але чому?

Соціальні інвестиції створюють позитивний образ бренду

Зараз споживачам недостатньо купувати якісну продукцію, вони хочуть щоби вона мала певне соціальне призначення. За даними Forbes 83% споживачів вважають, що компанії мають підтримувати благодійні та некомерційні організації. Тож коли компанія бере на себе ініціативу з виховання бідних дітей, садіння дерев, проведення електроенергії в села, забезпечення зайнятості людей — вона зміцнює свій бренд та становище на ринку.

Ви виділитесь серед конкурентів

Якщо ваша компанія змінює світ і суспільство на краще, то кращої конкурентної переваги годі й шукати. У пошуку розв'язання важливих суспільних проблем підприємці часто винаходять інноваційні рішення. Наприклад, Ілон Маск, генеральний директор Tesla, подолав розрив між корпоративним світом та власним соціально відповідальним баченням, пропонуючи автомобілі з електричним приводом та екологічно чисту автомобільну продукцію.

Ваш продукт набуде додаткової вартості

Соціальна активність компанії створює вашому продукту додаткову вартість — не тільки ціннісну, а й матеріальну. Глобальне опитування Nielsen виявило, що 50% покупців можуть платити за товари відповідальних брендів більше — тож підтримка суспільних ініціатив не тільки є корисною для суспільства, але й вигідною.

Це допоможе збільшити прибуток

Дослідники Інституту Kenexa в Лондоні встановили, що компанії, які реалізовували соціальні ініціативи, отримали в 19 разів вищу середню віддачу активів. До того ж, їхні працівники були помітно продуктивнішими та краще обслуговували клієнтів.

Потенційна реклама

Інформація про вашу соціальну діяльність швидко буде розповсюджуватись серед людей. Таким чином, буде відбуватись з вами спочатку знайомство на відстані (заочно).

З вами захочуть працювати найкращі спеціалісти

Коли людині приємно асоціюватись із компанією — вона хоче в ній працювати. І навпаки — наприклад, за результатами опитування 65% працівників серйозно розглядатимуть звільнення, якщо їхня компанія завдала шкоди екології.

Особливо відповідальність компанії важлива для молодшого покоління. За даними Deloitte, 70% міленіалів визнали, що етичність компанії вплинула на їхнє рішення там працювати. Незабаром міленіали становитимуть більшість працівників у світі — тож компаніям, які прагнуть залучити це покоління до роботи, потрібно буде знати як їх мотивувати та втримати на роботі.

Якщо люди бачать сенс у своїй роботі, вони працюють продуктивніше

Ніхто не хоче працювати з усвідомленням, що його діяльність не впливає на життя інших. Ми прагнемо робити щось важливе та змінювати світ навколо нас. Коли штат великої компанії долучається до якоїсь ініціативи — результати можуть бути справді дивовижними. А якщо працівник відчуватиме гордість за свою компанію — це обов'язково позначиться на стосунках із замовниками та колегами.

4. Практична сторона соціального підприємництва в Україні

Соціальне підприємництво - один з найпотужніших світових трендів, що набирає обертів з року в рік. Це діяльність, яка забезпечує розв'язання соціальних, культурних чи екологічних проблем бізнесовими методами. Прибуток соціальних підприємств не розподіляється між засновниками, а спрямовується на розв'язання конкретних соціальних проблем. Ключовими видами діяльності соціальних підприємств є трудова інтеграція соціально уразливих груп, надання персональних соціальних послуг, розвиток депресивних регіонів.

Через брак коштів засновники соціальних підприємств змушені часто-густо працювати від року до трьох на волонтерських засадах, аби досягнути точки беззбитковості і мати можливість оплачувати власну і найману працю.

"Ми виживаємо завдяки тому, що наш простір заснований п'ятьма жінками-професіоналами. Тому такі вакансії, як менеджер з питань розвитку, PR та SMM менеджер, івент-менеджер, бухгалтер, дизайнер тощо, ми закриваємо самі, - ділиться досвідом **співзасновниця соціального підприємства Creative Women Space Даша Непочатова**[11]. - Перший рік ми волонтерили. Трохи згодом почали виплачувати собі невеличкі "волонтерські премії", бо ту суму неможливо назвати зарплатнею. Перша вакансія, яку оголосили, була прибиральниця. Наступна – адміністратор креативного простору. Це сталося на другому році нашої діяльності, коли відчули, що втомилися, вигоріли і хочемо займатися стратегічними питаннями. Попри це нам вдалося запустити ще одне соціальне підприємство - кейтеринг Creative Women Food - і розпочати роботу над запуском видавництва Creative Women Publishing, а своїми сервісами охопити понад п'ять тисяч жінок".

З іншим спектром проблем стикаються соціальні підприємства, які надають робочі місця представникам уразливих груп населення, зокрема людям з інвалідністю. Найпоширеніша проблема - небажання людей з інвалідністю працювати або їхніх родичів-опікунів дозволити їм вийти на роботу через те, що бояться втратити пільги і пенсію.

Ця проблема спіткала ГО "Гармонія" у Вінниці, коли на початку року відкрили **каву-поінт "Кульбабка"**, де працюють три особи з інвалідністю. Вже майже рік вони шукають персонал для другої точки. Інша проблема - офіційне працевлаштування осіб з інвалідністю (тих, хто готовий до активної праці), адже з деякими їхніми діагнозами їм офіційно забороняється працювати.

Спілкування з соціальними підприємцями підтверджує, що залучення професійних співробітників у більшості випадків є викликом. З одного боку, слово "соціальне" дуже часто асоціюється з "безоплатним" і відлякує фахівців. З іншого - не вистачає (особливо на початку) достатніх ресурсів для того, щоб найняти потрібний кваліфікований персонал.

Завдяки суспільній підтримці подружжя львів'ян **Петро і Катя Ткачишини** заснували своє соціальне підприємство - **онлайн книгарню "Буківничка"**[12], яка працює за такою схемою: благодійники й усі охочі передають книжки, у "Буківничці" їх продають за цінами значно нижчими за ринкові. На отримані кошти купують книжки для дітей з кризових сімей. І без суспільної підтримки ця модель не працюватиме.

Саме завдяки шаленій підтримці **інклюзивна пекарня Good bread from good people**[13], закриваючись через вимушений переїзд, отримала можливість відкритися знову. Її прихильники запропонували нові приміщення, допомагали грошима, попередньо замовили партію продукції. Пекарня відкрилась і нині працює на повну, щоб віддячити всім і розіслати замовлення.

---

[11] https://zn.ua/ukr/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-kudi-ruhayutsya-svit-i-ukrayina-333573_.html
[12] https://biggggidea.com/project/bukivnichka-knizhkove-sotsialne-pidpriemstvo/
[13] http://goodbread.com.ua/

Єдиний шанс зробити соціальні підприємства впізнаваними і зрозумілими для суспільства - це активність самих соціальних підприємців у популяризації своєї діяльності. Крім них, ніхто не знає, як вони змінюють цей світ на кращий. Однак успішність цього завдання прямо залежить від наявності ресурсів та професійних кадрів.

На думку **головної наукової співробітниці Інституту економіки та прогнозування НАНУ і співзасновниці соціального підприємства RE:ban Наталії Супрун**[14], швидко досягнути беззбитковості соціальному підприємству-початківцю, як і будь-якому малому підприємству, нині досить складно через дорожнечу ресурсів та нестабільну і непрогнозовану кон'юнктуру ринку. Водночас, щоб бути успішним, соціальному підприємству недостатньо просто виготовляти якісний продукт, спочатку йому треба "продати" потенційним споживачам соціальну цінність продукту, пояснити, для чого створено цей бізнес.

Соціальне підприємство RE:ban, яке виготовляє крафтові вироби з використаних рекламних банерів, більшість свого робочого часу витрачає на публічні презентації, популяризуючи культуру повторного використання ресурсів і пояснюючи потенційним клієнтам, що вироби з уживаних матеріалів теж можуть бути модними й стильними. Саме тому про конкурентоспроможні зарплати поки що не йдеться.

Однак якщо є значний попит на послуги чи продукцію соціального підприємства, ситуація може скластися інакше. **Андрій і Тетяна Івчатови** започаткували соціальне підприємство "Самотужка" - мережу фітнес-центрів для дітей із порушенням опорно-рухового апарату. За три роки вони змогли масштабуватися - відкрити чотири центри в різних районах Києва, де працюють 23 співробітники, кожен з яких має гідну зарплату. Однак таких підприємств на вітчизняному ринку одиниці, і це на сьогодні більше виняток, ніж поширена практика.

Нові можливості для додаткових ресурсів та створення робочих місць дає ухвалений у січні 2019 року Закон України "Про соціальні послуги". З січня 2020 року відповідно до цього закону органи місцевого самоврядування можуть закуповувати соціальні послуги в соціальних підприємців. Але і там є багато ризиків.

4. Як зробити соціальний бізнес в Україні привабливим?[15]

Анастасія Мартиненко — співзасновниця zero waste проєкту OZERO, голова ГО *"О.ЗЕРО"*

«Ми перший в Україні zero waste магазин — продаємо товари, які допомагають не утворювати сміття. Наша соціальна складова — зменшення кількості сміття у світі та підвищуємо свідомість покупців. Також у нас є проєкт еко-адаптації: ми допомагаємо фестивалям та бізнесу ставати більш екологічними, наскільки це можливо. А ще ми проводимо лекції та майстер-класи у школах, навчальних закладах, бізнесах».

Марія Сорокіна — засновниця бренда fashion-аксесуарів з переробленого пластику re-beau

“Re-beau — це скорочення від слів responsible beauty, ми — про відповідальну красу. Йдеться про fashion-аксесуари із переробленого пластику. Ми беремо те, що могло би стати пластиковим сміттям на полігонах та робимо з нього щось привабливе та стильне. З одного боку, через цей проєкт ми показуємо людям, які зацікавлені у моді, що вона може бути сталою. З іншого боку, залучаємо людей, які ще не почали вдома сортувати сміття та не знають про це, аби вони дізналися про це більше — чому вторсировина є ресурсом, чому її можна та потрібно повторно використовувати.”

[14] https://zn.ua/ukr/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-kudi-ruhayutsya-svit-i-ukrayina-333573_.html
[15] https://euprostir.org.ua/practices/143312

Денис Охріменко — *співзасновник проєкту PAGL, засновник проєкту TimeForMachine*

«PAGL — це кубики із паперової маси, з переробленої сировини. Ми також використовуємо сировину із тетрапака, де використовується первинна целюлоза, але вона береться із розщепленого тетрапака. Також у минулому я засновник проєкту UGears (вироблення іграшок із фанери). Ми також робимо іграшки з металу та переробленої маси. Всі іграшки із екологічних матеріалів».

Олексій Веренікін — власник та ідеолог компанії "Де Ла Марк", ініціатор соціальних *проєктів*

«Компанія "Де Ла Марк" вже десять років займається виробництвом безпечної побутової хімії — це засоби для прибирання, прання, а також косметика. Вся наша продукція має екологічний сертифікат та визнається у 65 країнах Європи. Наша компанія одна із перших почала цей тренд розповсюджувати на території України і сьогодні в кожному регіоні кожен українець може купити нашу продукцію».

Як соціальні підприємці комунікують зі своєю аудиторією? З тією аудиторією, яка не знає що таке соцпідприємництво?

Анастасія Мартиненко: «Ми окремо не комунікуємо, що ми соціальне підприємництво. Розуміємо, що простіше досягти нашої мети, якщо будемо пояснювати: «ось це — бамбукова зубна щітка, вона замінює пластикову зубну щітку, яка є проблемою, тому що… робіть світ кращим простими діями». А слово соціальне підприємництво ми, зазвичай, не використовуємо, щоб не ускладнювати ситуацію».[16]

Як соціальне підприємництво може спонукати клієнтів задумуватися над цінністю продукту, який пропонується?

Марія Сорокіна: «Мій продукт — це fashion-аксесуари, і він дуже далеко знаходиться від теми сортування, вторсировини. Але він грає на контрасті. В цьому і суть, що коли людина вперше бачить цей продукт, бере його в руки чи читає про нього, то мета така, щоб викликати реакцію — це круто, стильно, класно. А вже потім, щоб дізнатися про це друге дно, підґрунтя. Побачивши стильну річ на подружці, у вітрині чи журналі, подумати — якщо, умовно, зі сміття можна зробити таку класну річ, то я мабуть почну сортувати сміття, бо я бачу в цьому екологічну та економічну вигоду. Для українців, на мою думку, дуже важливо показати саме економічну вигоду, щоб розуміти, як наш добробут може зрости». [17]

Що втомилися чути соціальні підприємці про свою діяльність? Що дратує?

Денис Охріменко: «Конкретно у нашому випадку люди часто порівнюють наш продукт із лотком для яєць, але він і робиться за технологією лотка для яєць — виливання із паперової маси. Соцпідприємництво — це те, за що люди платять зараз, щоб не платити у майбутньому. У соцпідприємництві завжди дорожчим є вхід та вихід, але це дешевше для майбутніх поколінь. І це перенесення вартості інколи всіх дратує. Ще п'ять-десять років тому людям було б дуже дивно дивитися на ось таку грубу, не яскраву та не пластикову іграшку, але зараз люди вже готові до того, що продукт ось такий. Він простіший, трішки грубіший, але зате «десь у Китаї не тече фіолетова річка, бо вони там все це фарбують». Тут використовуються екологічні фарби і цю продукцію легше утилізувати.

Умовно, дев'ять людей із десяти у захопленні від продукції, їхні діти граються, але є ті, які хочуть глянцевий, пластиковий продукт. І одна людина із десяти в Україні пише нам

[16] https://euprostir.org.ua/practices/143312
[17] https://euprostir.org.ua/practices/143312

приблизно таке: «це повний треш, це сміття». Нам повертали товар, бо люди не готові були. У тій же Німеччині більш готові платити за те, що це воно ось таке».

Що таке соціальний вплив бізнесу?

Олексій Веренікін: «Коли створювалася компанія, то в її основі, ідеології, лежала екологічна складова. Ще десять років тому ми помітили, як велика кількість інгредієнтів, що використовуються при виробництві побутової хімії та потрапляють у води, шкодить екології. І вже десять років після цього у кожен продукт, який ми робили, закладали таку ідеологію, щоб він не шкодив — ні здоров'ю людини, ні екології України. Зараз ми чітко розуміємо, що для нас еко-трансформація, хоча б у побуті кожної людини, ставала стилем життя. Ми намагаємося впроваджувати це із кожним продуктом — створюємо нові еко-звички для людини, яка у майбутньому буде використовувати те, що не завдаватиме шкоди екології. Ті продукти, які ми виробляємо, дають можливість людям автоматично піклуватися про екологію».

Яке майбутнє чекає на соціальне підприємництво в Україні, світі?

Денис Охріменко: «Ми у світі живемо в закритій системі, тому іноді виникають такі проблеми — можна зробити виробництво екологічним та продукт буде неекологічним. Чи навпаки, дуже важко розімкнути ці системи. Вся боротьба йде за те, щоб у цій закритій системі виключити природу, щоб цей поїзд умовно їхав і вся діяльність була всередині поїзда і менше викидалося назовні. По суті, людство зараз кредитується за рахунок природи чи перекладає цей кредит на майбутнє покоління. Але ці вкладення, які зараз відбуваються, багато в чому зараз недооцінені. Все, що посіяне на майбутнє, буде оцінене в майбутньому, і люди будуть вкладати у ті речі, які будуть виробляти zero waste».

Анастасія Мартиненко: «Я думаю, що у майбутньому не буде іншого бізнесу, крім соціального. Тобто, будь-який бізнес буде мати якусь ціль. Вже зараз розуміють, що вибір, як правило, припадає на те, що приносить якусь користь».

Олексій Веренікін: «Бізнес, який робиться заради грошей, просто вимре. Молодь приходить, і для них прибуткова частина вже на другому місці. На першому місці — «що я роблю, і як це може вплинути на соціум навколо мене».

Методична розробка уроку

КАНАЛ ЗБУТУ: ЙОГО ФУНКЦІЇ І ВИДИ

Томчук Оксана Сергіївна,
викладач Вищого професійного училища №25 м. Хмельницького

e-mail: prysyazhnyukos@gmail.com

Тема уроку
«КАНАЛ ЗБУТУ: ЙОГО ФУНКЦІЇ І ВИДИ»
(дистанційна форма)

Дисципліна: ***«Комерційна діяльність».***

Мета уроку: вивчити функції та види каналів збуту;
сформувати навички визначення оптимальної структури каналів збуту.

Тип уроку: комбінований.

Інтерактивні ресурси: LearningApps.org, naurok.com.ua

ХІД УРОКУ

Інструктаж до уроку.

Для опрацювання цієї теми учням необхідно мати доступ до персонального комп'ютера, смартфона, планшета, ноутбука + робочий зошит. Виконуючи дане завдання, дотримуйтеся інструкції.

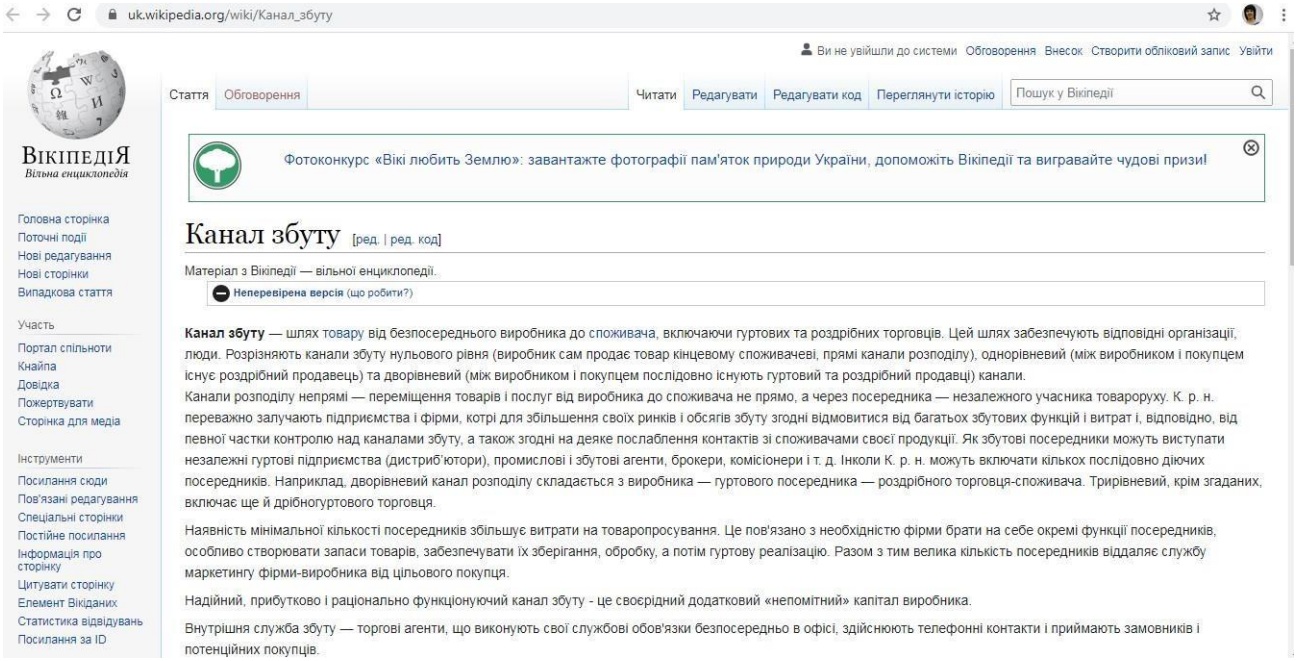
І. Повторення попереднього матеріалу:

Виконавши інтерактивну вправу, ви повторите вивчений матеріал та пригадаєте інформацію, яка знадобиться вам для опрацювання нової інформації:
https://learningapps.org/display?v=pr2i02ng520

ІІ. Вивчення нового матеріалу:

1. Прочитайте короткі теоретичні відомості за посиланням:

https://uk.wikipedia.org/wiki/Канал_збуту



uk.wikipedia.org/wiki/Канал_збуту

Ви не увійшли до системи Обговорення Внесок Створити обліковий запис Увійти

Стаття Обговорення Читати Редагувати Редагувати код Переглянути історію Пошук у Вікіпедії

ВІКІПЕДІЯ
Вільна енциклопедія

Головна сторінка
Поточні події
Нові редагування
Нові сторінки
Випадкова стаття

Участь
Портал спільноти
Кнайпа
Довідка
Пожертвувати
Сторінка для медіа

Інструменти
Посилання сюди
Пов'язані редагування
Спеціальні сторінки
Постійне посилання
Інформація про сторінку
Цитувати сторінку
Елемент Вікіданих
Статистика відвідувань
Посилання за ID

Фотоконкурс «Вікі любить Землю»: завантажте фотографії пам'яток природи України, допоможіть Вікіпедії та вигравайте чудові призи!

Канал збуту [ред. | ред. код]

Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії.

Неперевірена версія (що робити?)

Канал збуту — шлях товару від безпосереднього виробника до споживача, включаючи гуртових та роздрібних торговців. Цей шлях забезпечують відповідні організації, люди. Розрізняють канали збуту нульового рівня (виробник сам продає товар кінцевому споживачеві, прямі канали розподілу), однорівневий (між виробником і покупцем існує роздрібний продавець) та дворівневий (між виробником і покупцем послідовно існують гуртовий та роздрібний продавці) канали.
Канали розподілу непрямі — переміщення товарів і послуг від виробника до споживача не прямо, а через посередника — незалежного учасника товароруху. К. р. н. переважно залучають підприємства і фірми, котрі для збільшення своїх ринків і обсягів збуту згодні відмовитися від багатьох збутових функцій і витрат і, відповідно, від певної частки контролю над каналами збуту, а також згодні на деяке послаблення контактів зі споживачами своєї продукції. Як збутові посередники можуть виступати незалежні гуртові підприємства (дистриб'ютори), промислові і збутові агенти, брокери, комісіонери і т. д. Інколи К. р. н. можуть включати кількох послідовно діючих посередників. Наприклад, дворівневий канал розподілу складається з виробника — гуртового посередника — роздрібного торговця-споживача. Тирівневий, крім згаданих, включає ще й дрібногуртового торговця.

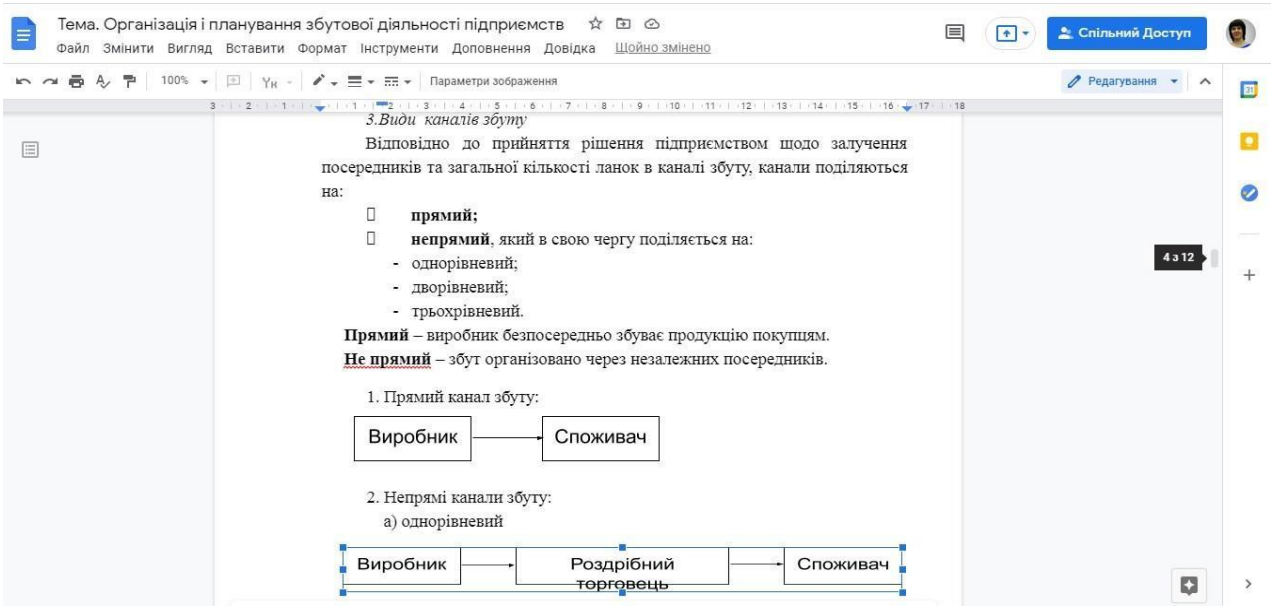
Наявність мінімальної кількості посередників збільшує витрати на товаропросування. Це пов'язано з необхідністю фірми брати на себе окремі функції посередників, особливо створювати запаси товарів, забезпечувати їх зберігання, обробку, а потім гуртову реалізацію. Разом з тим велика кількість посередників віддаляє службу маркетингу фірми-виробника від цільового покупця.

Надійний, прибутково і раціонально функціонуючий канал збуту - це своєрідний додатковий «непомітний» капітал виробника.

Внутрішня служба збуту — торгові агенти, що виконують свої службові обов'язки безпосередньо в офісі, здійснюють телефонні контакти і приймають замовників і потенційних покупців.

2. Опрацюйте конспект теми, питання 2, 3.

https://docs.google.com/document/d/1HB1MaK44y3pA1w-9SXzASRdWJd-71lM2lOj5whqRaAM/edit



Тема. Організація і планування збутової діяльності підприємств

Файл Змінити Вигляд Вставити Формат Інструменти Доповнення Довідка Щойно змінено

Спільний Доступ

Параметри зображення

Редагування

3.Види каналів збуту

Відповідно до прийняття рішення підприємством щодо залучення посередників та загальної кількості ланок в каналі збуту, канали поділяються на:

- **прямий;**
- **непрямий**, який в свою чергу поділяється на:
  - однорівневий;
  - дворівневий;
  - трьохрівневий.

Прямий – виробник безпосередньо збуває продукцію покупцям.
Не прямий – збут організовано через незалежних посередників.

1. Прямий канал збуту:

Виробник → Споживач

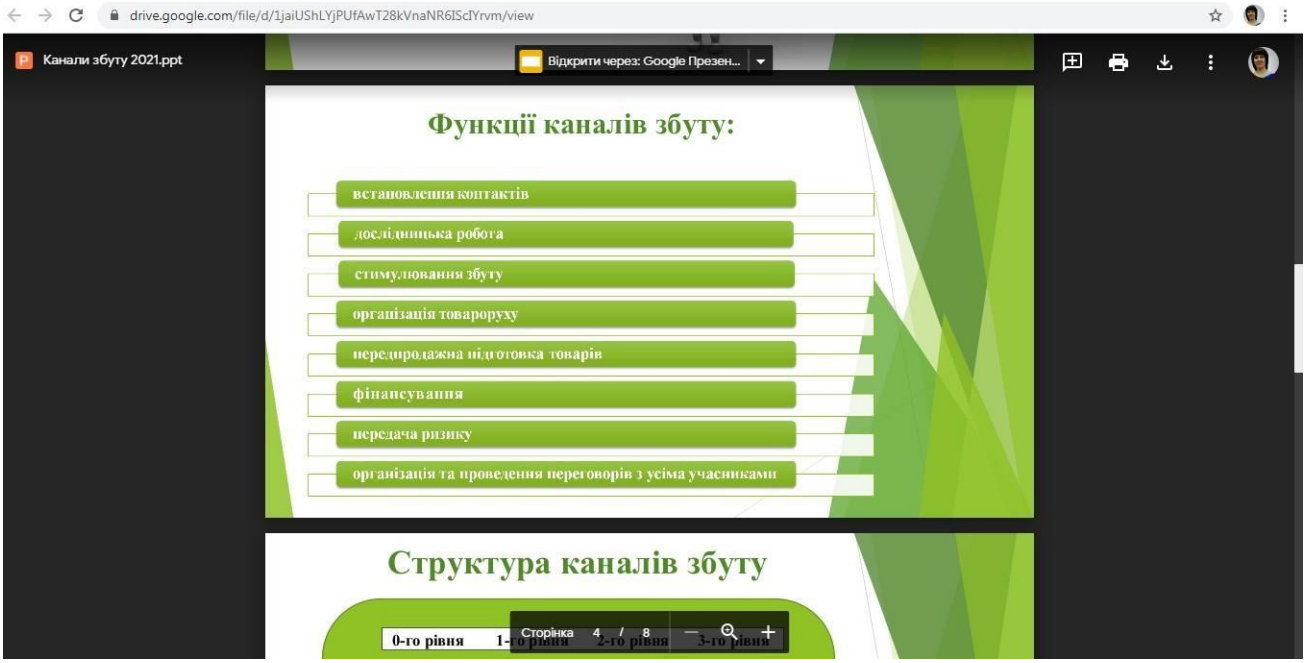
2. Непрямі канали збуту:
а) однорівневий

Виробник → Роздрібний торговець → Споживач

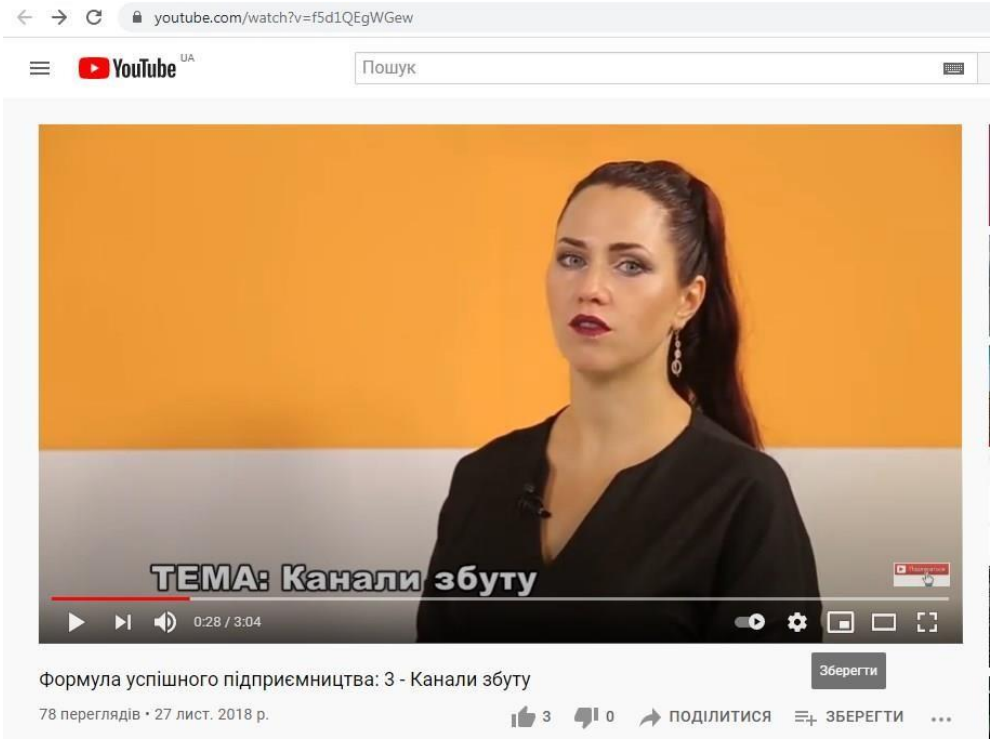
4 з 12

3. Перегляньте презентацію:

https://drive.google.com/file/d/1jaiUShLYjPUfAwT28kVnaNR6IScIYrvm/view?usp=sharing

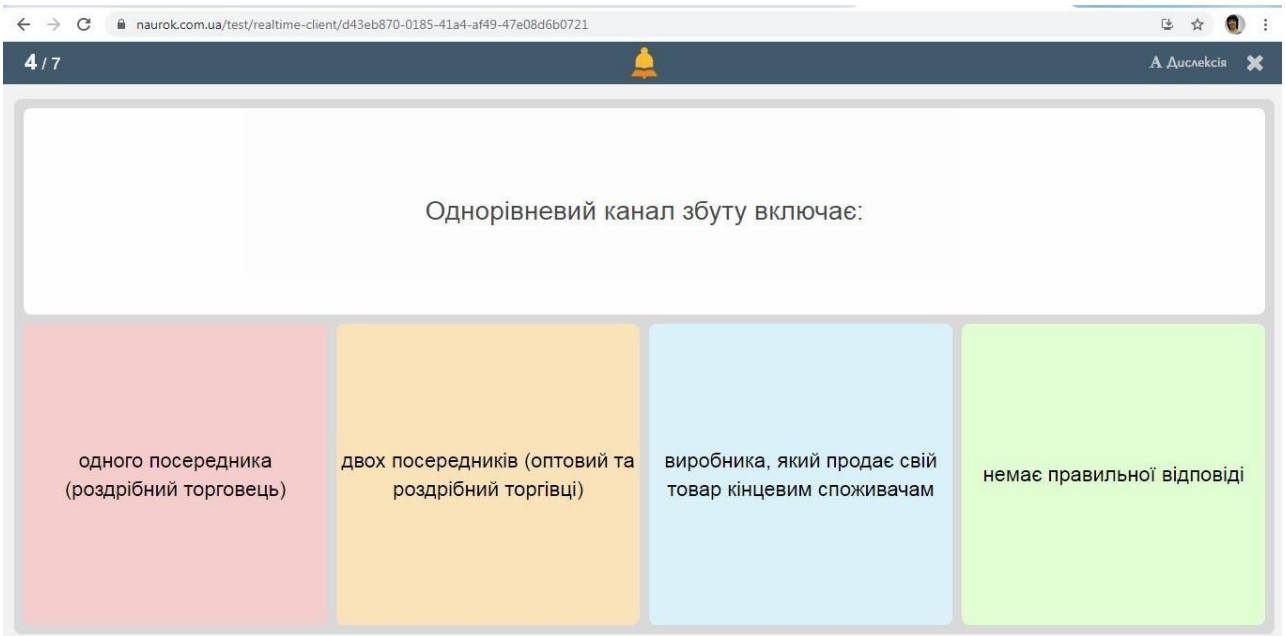


4. Перегляньте відео: https://www.youtube.com/watch?v=f5d1QEgWGew

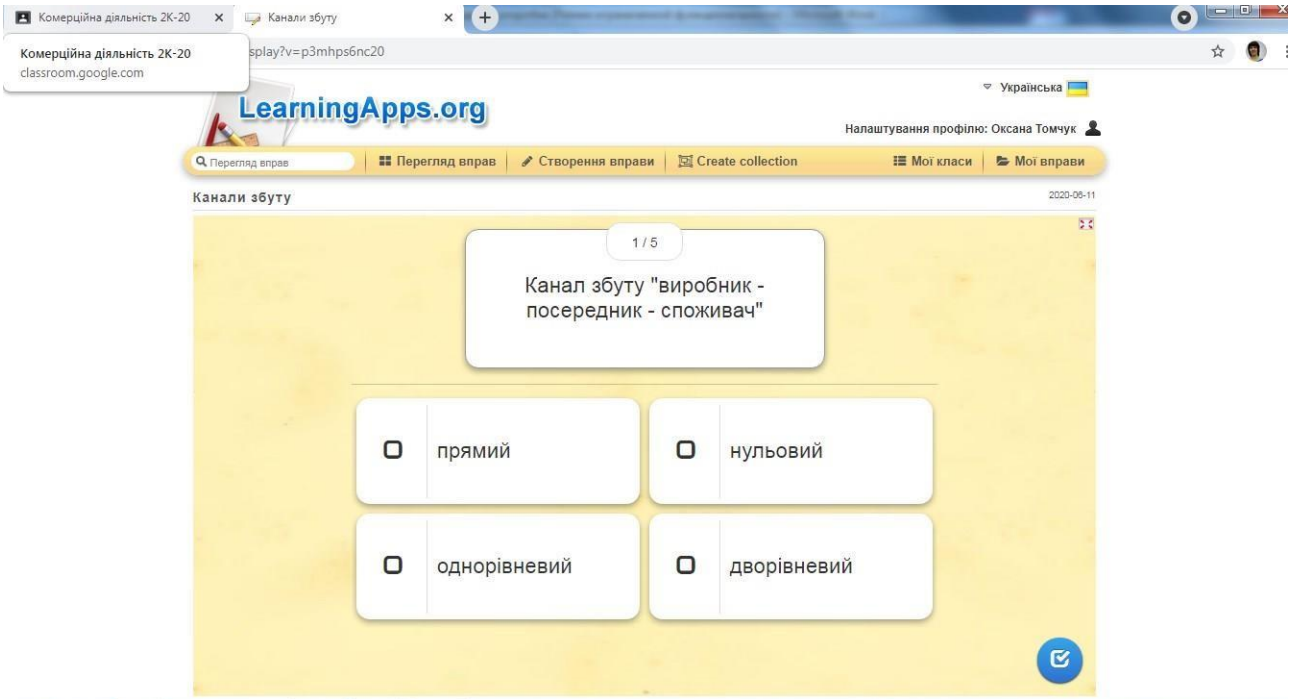


III. Закріплення нового матеріалу:

Виконайте вправи за посиланням: https://naurok.com.ua/test/realtime/6547756

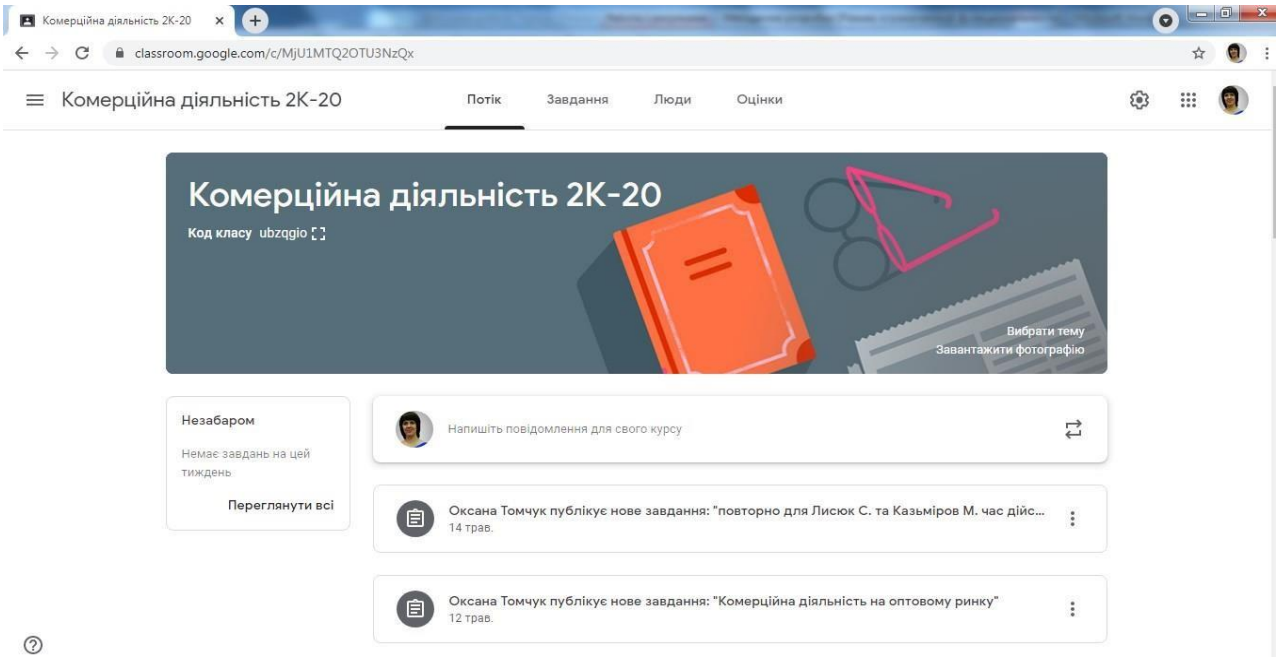


https://learningapps.org/display?v=p3mhps6nc20



IV. Видача домашнього завдання:

Проаналізувати та замалювати структуру каналів збуту, виконані вправи надіслати в Classroom (приєднати у завданні).



Методична розробка уроку

СТВОРЕНЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УМОВАХ КАРАНТИНУ

урок виробничого навчання
з використанням змішаної форми навчання

Філіпова Аліна Вікторівна,
майстер виробничого навчання
Державного навчального закладу
«Черкаський професійний автодорожній ліцей»,

e-mail: dnzchpal@gmail.com

ПЛАН УРОКУ ВИРОБНИЧОГО НАВЧАННЯ

Професія: 4222 «Адміністратор»; 4115 «Секретар керівника (організації, підприємства, установи»

Навчальний модуль:

АДМ-1 Обслуговування відвідувачів.

АДМ-2 Організація документаційного забезпечення управління на підприємстві, в установі, організації.

АДМ-3 Планування та організація роботи з персоналом.

АДМ-4 Маркетингова діяльність підприємства, установи, організації

Тема уроку: Створення власної справи в умовах карантину.

Тип уроку: корекції основних компетентностей.

Форми організації навчальної діяльності: фронтальна, групова, індивідуальна.

Мета уроку.

Навчальна: вдосконалити професійні компетентності здобувачів освіти з виконання навчально-виробничих робіт: створити магазин або кафе в умовах карантинну, розглянути організаційний процес створення власної справи, відпрацювати практичні навички та уміння створення власної справи:

- ✓ державна реєстрація підприємства,
- ✓ оподаткування,
- ✓ реклама,
- ✓ бухгалтерський облік,
- ✓ проведення інструктажів з охорони праці працівників,
- ✓ прийняття рішень,
- ✓ оформлення документації,
- ✓ ведення клієнтської бази,
- ✓ управління персоналом,
- ✓ визначення конкурентоспроможності підприємства.

Розвивальна: застосовувати ключові компетентності не тільки на уроці, а й у реальному житті.

Ключові компетентності:

- ✓ працювати в команді,
- ✓ відповідально ставитися до професійної діяльності,
- ✓ самостійно приймати рішення, діяти в нестандартних ситуаціях,
- ✓ планувати трудову діяльність,
- ✓ пошук та засвоєння нових знань,
- ✓ набуття нових умінь і навичок,
- ✓ визначати навчальні цілі та способи їх досягнення,
- ✓ оцінювати власні результати навчання,
- ✓ навчатися впродовж життя,
- ✓ професійної лексики та термінології,
- ✓ дотримання професійної етики,
- ✓ запобігання конфліктних ситуацій.

Виховна: сформувати ділові якості особистості здобувачів освіти, виховувати інтерес до обраних професій, взаємодопомогу та культуру праці, цінити та оцінювати роботу, формувати бережливе ставлення до обладнання, уважність у роботі та охайність, розкрити поняття системи процесу роботи, питання ділового спілкування, конфлікти та їх

вирішення, методу управління працівниками, мотивація.

Методи навчання: технологія ситуаційного навчання – кейс-метод, ділова гра.

Комплексно-методичне забезпечення уроку: персональний комп'ютер, гаджети, презентація PowerPoint, інструкції з охорони праці, онлайн-технології, опорний конспект, кейс-завдання.

Онлайн-технології: платформа ZOOM, онлайн-програми для перевірки знань «Classtime», «Kahoot!».

Міжпредметні зв'язки: охорона праці, економіка, безпека життєдіяльності, управління персоналом, електронний бізнес, бухгалтерський облік, основи правових знань, маркетинг.

Очікуванні результати.

Здобувачі освіти повинні уміти:

- ✓ працювати з наказами про зарахування і звільнення працівників;
- ✓ формувати особисті справи працівника;
- ✓ створювати бази даних працівників;
- ✓ складати та аналізувати план діяльності на місяць;
- ✓ складати алгоритм роботи адміністратора;
- ✓ створювати рекламу продукції, послуг;
- ✓ передавати інформацію за допомогою різних видів оргтехніки;
- ✓ складати алгоритм виконання розпоряджень, вказівок і рішень керівника;
- ✓ розроблювати запобіжні заходи щодо кризових ситуацій у діяльності;
- ✓ проводити аналіз організаційної структури управління;
- ✓ розроблювати спеціальних пропозицій на товари, послуги;
- ✓ проводити маркетингові дослідження;
- ✓ оформлювати рекламні оголошення у програмі MS Publisher;
- ✓ оформлювати рекламний банер для розміщення в Інтернет;
- ✓ розроблення візитки підприємства.

Список основної та додаткової літератури:

1. СП(ПТ)О 4222.N.82.11 – 2019, професія 4222 Адміністратор, Київ – 2019.
2. СП(ПТ)О 4115.N.82.19 – 2018, професія 2115 Секретар керівника (організації, підприємства, установи), Київ – 2018.
3. Шевчук С.С Урок виробничого навчання у ПТНЗ: Методичні рекомендації. Донецьк, 2004р. 48 стор.

ХІД УРОКУ

№	Етапи уроку	Вид навчання	Методи навчання. Засоби навчання	Діяльність	
				Майстра	Здобувачів освіти
1	Організаційна частина	Онлайн		Перевіряє по журналу явку здобувачів освіти і готовність до роботи.	Сприймають інформацію.
2	Вступний інструктаж	Онлайн	Онлайн платформа тестування «Classtime»	Перевірка теоретичних знань здобувачів освіти та виділяє для себе активних здобувачів освіти під час трансляції на платформі.	Відповідають на питання.
	а) Виклад нового матеріалу	Онлайн	Презентація. Розповідь, пояснення.	Виклад нового матеріалу. Слайди 1-6. Опорний конспект: пункти 2.1-2.3	Сприймають інформацію.
	б) Закріплення нового матеріалу	Онлайн	Онлайн вікторина «Правда чи брехня» на платформі «Kahoot!».	Перевірка отриманих знань здобувачів освіти.	Відповідають на питання. Сприймають інформацію.
	в) Підбиття підсумків вступного інструктажу	Онлайн	Бесіда.	Характеризує конкретну роботу кожного здобувача освіти на вступному інструктажі. Звертає увагу здобувачів освіти на типові помилки при виконанні даної роботи, їх причини, спроби усунення. Акцентує увагу здобувачів освіти на неприпустимість порушення вимог безпеки праці.	Сприймають інформацію.
3	Поточний інструктаж	Онлайн	Пояснення, інструктаж, перевірка. Персональний комп'ютер, кейс-завдання. Інструкція до виконання роботи в кейсах (пункт 3). Кейси з завданням (пункт 4)	Проводить інструктаж з охорони праці. Розбирає цілі і завдання майбутньої роботи та повідомляє зміст роботи на уроці. Розподіляє здобувачів освіти по бригадах, видає завдання, повідомляє норму часу. Повідомляє критерії оцінок за виконувану роботу. Консультує здобувачів освіти, звертає увагу на дотримання правил техніки безпеки; перевіряє правильності виконання здобувачами освіти нових прийомів та дотримування послідовності виконання завдань;	Здобувачі освіти діляться на дві команди. Отримують кейс-завдання. Виконують самостійну роботу за кейс-завданнями. Під час виконання кейсів консультуються

				особлива увага приділяється здобувачам освіти, які потребують допоміжного пояснення і показу вправ; перевіряє уміння перевіряє правильності виконання прийомів, при необхідності демонстрація виконання завдання; допомагає здобувачам освіти виявити помилки та спостереження, щоб здобувачі освіти усували свої помилки самостійно або при необхідності допомагаю їм; перевіряє якості виконання роботи здобувачів освіти.	з майстром виробничого навчання.
	б) Заключний інструктаж	Заклад освіти	Пояснення. Виконанні роботи здобувачів освіти. Рефлексія.	Проводить бесіду з здобувачами освіти. Перевіряє правильність виконання завдання. Майстер виробничого навчання задає наступні питання групі: 1. Чи окупився бізнес? 2. Хто зі здобувачів освіти працював активно, а хто ні? 3. Чи спрацювала програма лояльності на збільшення клієнтів? 4. Чи спрацювали акції, та чи збільшились клієнти? 5. Чи запрацював сайт організації? 6. Які були недоліки у виконанні завдань? 7. Щоб ви хотіли удосконалити? 8. Чи хотіли б ви відкрити бізнес у реальному житті? І яким він має бути? Повідомляє оцінки здобувачам освіти з мотивацією.	Беруть участь в аналізі виконаних робіт. Слухають та сприймають інформацію. Кожен здобувач освіти звітується про пророблену роботу на уроці. Директори також озвучують премії – оцінки. Відповідають на запитання.
	в) Домашнє завдання	Заклад освіти		Повідомляє наступну тему уроку та наголошує про підготовку здобувачів освіти до даної теми.	Слухають та сприймають інформацію. Чергові прибирають аудиторію.

2. Опорний конспект майстра виробничого навчання

План конспекту уроку:

2.1. Найважливіші аспекти у створенні власної справи.
2.2. Управлінський цикл.
2.3. Життєвий цикл підприємства і його трудового колективу.

2.1. Найважливіші аспекти у створенні власної справи

Прийняття рішення про підприємницьку діяльність - це досить відповідальний, визначальний етап діяльності підприємця. Рішення про підприємницьку діяльність формується на базі підприємницької ідеї та з урахуванням оцінки наявного потенціалу майбутнього підприємця.

Підприємницька ідея - це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

На рисунку 2.1 зображені стадії та етапи створення власної справи.

Рис.2.1. Стадії та етапи створення власної справи (слайд 2)

Ідея повинна базуватись на принципі: знайти потребу та задовольнити її. В період заснування, а також в процесі функціонування власної справи власником створюється та постійно поповнюється банк підприємницьких ідей, тобто перелік товарів та послуг, які може виготовляти (надавати) підприємство. Ця робота може мати як поточний, так і перспективний характер.

Потенційний підприємець може обирати з таких варіантів початку (старту) бізнесу (*рис.2.2*).

Варіанти початку бізнесу	
	1) почати свою справу самостійно;
	2) придбати готовий бізнес або знайти партнера, у якого вже є бізнес;
	3) купити франшизу.

Рис. 2.2. Варіанти початку бізнесу (слайд 3)

Фахівцями розглядаються різні бізнес-моделі (типи бізнесу) з урахуванням сучасних тенденцій та можливостей інноваційних технологій (*рис. 2.3*).

Бізнес-моделі	
	1) домашній (Home-based) бізнес;
	2) звичайний бізнес;
	3) e-Commerce (електронна комерція);
	4) продаж ліцензії;
	5) багаторівневий (сітьовий) маркетинг.

Рис.2.3. Бізнес-моделі (слайд 4)

Засновнику необхідно визначитись, якими видами підприємницької діяльності він буде займатись, ще до початку процесу реєстрації. В заяві на реєстрацію він повинен буде вказати коди видів діяльності відповідно до державного класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД). При цьому треба врахувати, що зайняття деякими видами діяльності потребує отримання ліцензії або патенту.

2.2. Управлінський цикл

Управлінська діяльність передбачає виконання певних функцій. Кожна функція спрямована на вирішення специфічних і складних проблем, які постають перед організацією у її діяльності. Найчастіше в основу класифікації кладеться ступінь прояву тієї чи іншої функції в управлінській діяльності. За цією ознакою вирізняють загальні й часткові (окремі) функції. До загальних належать функції прогнозування, планування, організації, мотивації, контролю і координування (регулювання). Загальні функції визначають тільки вид управлінської діяльності незалежно від місця його виникнення. Вони властиві управлінню будь-якою організацією і будь-яким процесом в організації й у своїй сукупності складають управлінський цикл:

• прийняття управлінського рішення;
• реалізація прийнятого рішення;
• контроль за реалізацією рішення.

Взаємозв'язок загальних функцій управління та їхня взаємодія в процесі здійснення управлінського циклу може бути зображена у вигляді схеми, наведеної на рисунку 2.4.

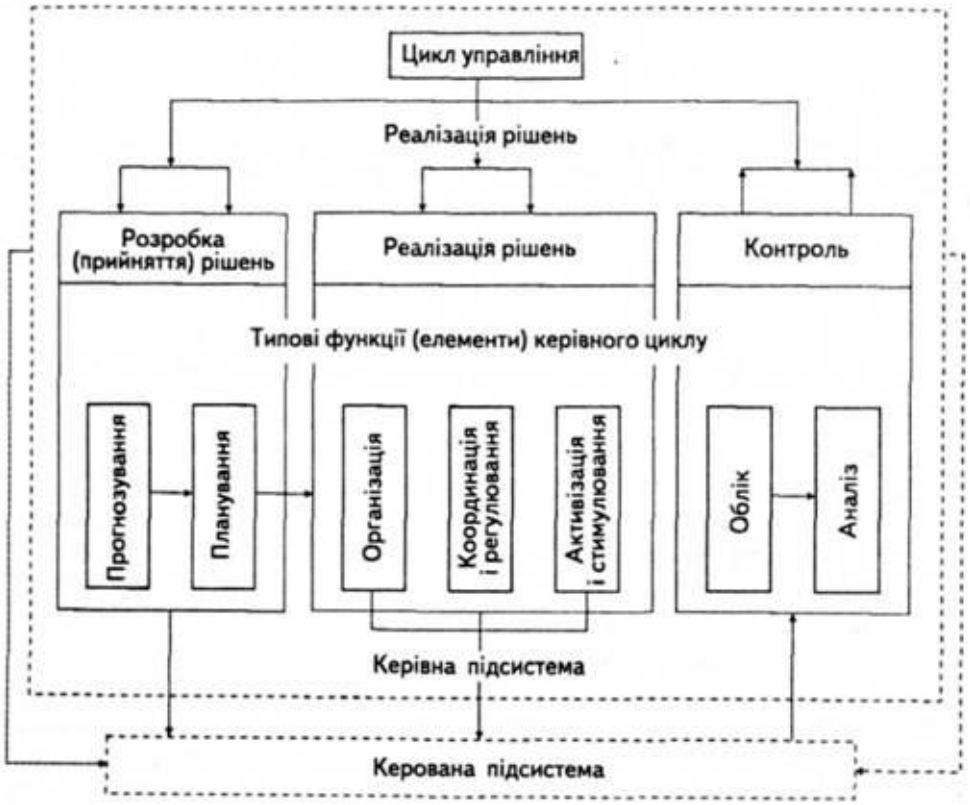


Рис. 2.4. Складові управлінського циклу (слайд 5)

Управлінський процес - це комплекс взаємопов’язаних операцій, що виконуються в певній послідовності і спрямовані на розв’язання конкретних проблем та досягнення поставлених цілей.

2.3. Життєвий цикл підприємства і його трудового колективу

Всі підприємства, з моменту їх створення до ліквідації проходять такі етапи (рисунок 2.5).

Рис. 2.5. Життєвий цикл підприємства (слайд 6)

Основними завданнями відділу персоналу на різних етапах розвитку підприємства і трудового коллективу є наступні.

На першому етапі – створення організації і формування трудового коллективу.

На другому етапі – становлення та інтенсивне зростання обсягів виробництва і чисельності персоналу керівництва і кадрова служба.

На третьому етапі – стабілізація обсягів виробництва і чисельності персоналу трудового колективу.

На четвертому етапі – спад обсягів виробництва, реорганізація і зниження чисельності персоналу.

П'ятий етап – банкрутство, ліквідація підприємства і вивільнення трудового персоналу.

3. Інструкція стосовно виконання роботи в кейсах

Ситуація.

Інвестор дарує 1 000 000 грн на реалізацію перспективної моделі бізнесу. Потрібно створити власне підприємство з сайтом, товаром та доставкою за адресами. Усі працівники знаходяться в умовах карантину та працюють віддалено.

Завдання гри:

1. Використати ці кошти, отримати прибуток та визначити, чи буде працювати підприємство через рік.

2. Розподілились на 10 ділових ролей: директор підприємства, керівник відділу кадрів, керівник відділу маркетингу, рекламщик, адміністратор, юрист, бухгалтер, секретар керівника, інженер з охорони праці, кур'єр. Відповідно до кожної ролі надаються кейси з завданням.

Вам надіслані наступні матеріали на Google disk:

- шаблони, бланки, таблиці, документи, зразки;
- посилання на джерела інформації;
- посилання на безкоштовні платформи, на яких можна створити сайт.

Рис. 3.1. Структурна схема кейсів з завданнями (слайд 7)

ДОДАТКИ

КЕЙС-ЗАВДАННЯ ДЛЯ ЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ

КЕЙС «ДИРЕКТОР»

Посадова інструкція: Приймає рішення стосовно підприємства, та несе повну відповідальність за кожне прийняте рішення та за людей, які на нього працюють.

№	Завдання	Виконання з іншими кейсами
1	Скласти бізнес-план на 1 рік. Назва проєкту: створення підприємства «_____». Мета проєкту: *обґрунтування економічної ефективності організації нового бізнесу.* Мета підприємства: задоволення потреб населення в _____і отримання прибутку. Вид сфери *галузь невиробничої сфери з чисельністю до осіб* Споживачі (підкреслити): чоловіки, жінки, різного віку та різного достатку. Робочий час _____ Інвестор виділив 1 000 000 грн. Потрібно вкластися в суму. Визначити обладнання, яке потрібно для бізнесу. _____ Визначити послуги та ціни на ці послуги, які буде надавати підприємство. _____	самостійно
2	Реєстрація підприємства. Показати бізнес-план юристу та оформити відповідні документи для реєстрації. Оформити відповідні документи для реєстрації, також статут підприємства, колективний договір, трудовий договір. Додатки були вислані на вашу електронну пошту. Знайти помилки у документах та виправити їх.	Юрист
3	Найняти на роботу таких працівників: керівника відділу кадрів, адміністратора та бухгалтера у вигляді співбесід. Але перед тим визначити вимоги до цих працівників. Підписати з ними трудові договори.	самостійно
4	Познайомитись з усіма працівниками та підписати з ними трудові договори.	Юрист, усі працівники
5	Розглянути бізнес-план та визначити ціни на товар	Маркетолог
6	Розглянути бізнес-план та визначити ціни на послуги	Маркетолог
7	Проконтролювати роботу працівників.	самостійно Адміністратор
8	Оцінити роботу кожного працівника. Скласти таблицю ділових якостей працівників.	Керівник відділу кадрів Адміністратор
9	Провести нараду стосовно виконання завдань у кейсах.	Усі працівники.

КЕЙС «ЮРИСТ»

Посадова інструкція: згідно із законодавством допомагає керівнику зареєструвати юридичні документи про створення підприємства, підписання трудових договорів з працівниками.

№	Завдання	Виконання з іншими кейсами
1	Використовуючи нижчезазначені посилання розібратися як правильно зареєструвати підприємство та записати дії один за одним. **Посилання:** **1)** https://zkg.ua/blog/protsedura-stvorennya-ta-rejestratsiji-pidpryjemstva/ **2)** http://ddr.minjust.gov.ua/uk/9572ee293d443ecabe00e6ea2e8d9824/derzhavna_reestraciya_yurydychnoyi_osoby/	самостійно
2	Розглянути бізнес-план директора та ознайомити його з процедурою реєстрації підприємства. Оформити відповідні документи для реєстрації, також статут підприємства, колективний договір, трудовий договір. Додатки були вислані на вашу електронну пошту. Знайти помилки у документах та виправити їх.	Директор
3	Познайомитись з усіма працівниками та підписати з ними трудові договори.	Директор, усі працівники
4	Підготуватись до тренінгів на такі теми, застосовуючи конспект з модуля основи правових знань: 1. Соціальні виплати для працівників. 2. Правила внутрішнього трудового розпорядку. 3. Дисциплінарні стягнення.	самостійно
5	Ознайомити працівників на такі теми: 1. Соціальні виплати для працівників 2. Правила внутрішнього трудового розпорядку 3. Дисциплінарні стягнення.	Усім працівникам
6.	Надання консультацій протягом уроку.	Усі працівники.

КЕЙС «КЕРІВНИК ВІДДІЛУ КАДРІВ»

Посадова інструкція: Допомагає обрати працівників на нове підприємство (розробляє вимоги до працівників, проводить співбесіди разом з керівником). Оформлює особові справи.

<table>
<tr><th>№</th><th>Завдання</th><th>Виконання з іншими кейсами</th></tr>
<tr><td>1</td><td>На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно із рекомендаціями за посиланням: https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/
Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Співбесіда на роботу.</td><td>Директор</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Вітаємо, Вас взяли на роботу!
Скласти вимоги до майбутніх працівників: інженер з охорони праці, бухгалтер, маркетолог, рекламщик, кур’єр.</td><td>Адміністратор</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Провести співбесіди для інженера з охорони праці, секретаря керівника, маркетолога, рекламщика, кур’єра.</td><td>Адміністратор</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Оформити штат підприємства, вписуючи в таблицю ПІБ працівників до відповідних посад.
Заповнити таблицю «Штатний розпис працівників»
<table>
<tr><th>№</th><th>ПІБ</th><th>Дата народження</th><th>Освіта</th><th>Посада</th><th>Досвід роботи</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Директор підприємства</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Керівник відділу кадрів</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Маркетолог</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Рекламщик</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Юрист</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Бухгалтер</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>7</td><td>Секретар керінвика</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>8</td><td>Адміністратор</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>9</td><td>Інженер з охорони праці</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>10</td><td>Кур’єр</td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Оформити особові картки (форма № П-2).
Форму бланка можна скачати за посиланням.https://blank.dtkt.ua/blank/369</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Заповнити трудові книжки працівників згідно наказів про поняття на роботу та посад. Детальна інформація та зразок трудової книжки за посиланням:_https://ua.prostopravo.com.ua/pratsevlashtuvannya/statti/poryadok_vedennya_trudovih_knizhok_v_ukrayini</td><td>Секретар керівника самостійно</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Згідно документів скласти характеристики на працівників.</td><td>Самостійно</td></tr>
<tr><td>9</td><td>Зробити оцінку працівникам стосовно їх ділових якостей та пред’явлених вимог перед початком роботи. Чи задовольняє отриманий результат?</td><td>Директор
Адміністратор</td></tr>
</table>

КЕЙС «БУХГАЛТЕР»

Посадова інструкція: допомагає керівнику розробити бізнес-план, прогнозування прибутку та витрат на відкриття станції технічного обслуговування.

<table>
<tr><th>№</th><th>Завдання</th><th>Виконання з іншими кейсами</th></tr>
<tr><td>1</td><td>На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно рекомендацій за посиланням: https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/
Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Співбесіда на роботу.</td><td>Директор</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Вітаємо, Вас взяли на роботу!
Визначити вартість обладнання, яке потрібно закупити для підприємства. Інформацію взяти в директора.

Вартість обладнання
<table>
<tr><th>№</th><th>Назва обладнання</th><th>Витрата, грн</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Всього:</td><td></td></tr>
</table></td><td>Директор</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Визначити бюджет реклами.

Витрати на рекламу
<table>
<tr><th>№</th><th>Вид витрат</th><th>Витрата, грн</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Реклама в автобусах (на місяць)</td><td></td></tr>
<tr><td rowspan="2">2</td><td>Друк листівок А4: кількість _____</td><td></td></tr>
<tr><td>Розповсюдження листівок</td><td></td></tr>
<tr><td colspan="2">Всього:</td><td></td></tr>
</table></td><td>Маркетолог</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Визначити заробітну плату для працівників. На 1 місяць.
Додаткова інформація за посиланням:
- Схема тарифних розрядів 2.2.21
http://medprof.org.ua/socialno-ekonomichnii-zakhist/normativna-baza/umovi-oplati-praci/2-wyznachennia-posadowych-okladiw/
- Посадові оклади:
https://buhgalter.com.ua/dovidnik/posadovi-okladi-za-ets/posadovi-okladi-za-yets-2020-2021-proekt/
Заробітна плата працівників
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Тип професії</th><th colspan="2">Обрахувати</th></tr>
<tr><th>Тарифний розряд</th><th>Заробітна плата</th></tr>
<tr><td>1</td><td>Директор підприємства</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td>Керівник відділу кадрів</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td>Маркетолог</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td>Рекламщик</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>5</td><td>Юрист</td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>6</td><td>Бухгалтер</td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>самостійно</td></tr>
</table>

7	Секретар			
8	Адміністратор			
9	Інженер з охорони праці			
10	Кур'єр			
	Всього			

6 Визначити оподаткування на місяць заробітної плати працівників — самостійно

1. Єдиний соціальний внесок від нарахованої заробітної плати – 22%
2. Військовий збір – нарахованої зарплати – 1,5 %
3. Податок на доходи фізичних осіб – 18% нарахованої зарплати

Оподаткування на місяць заробітної плати працівників

№	Працівник	Вид оподаткування			Всього
		1	2	3	
1	Директор підприємства				
2	Керівник відділу кадрів				
3	Маркетолог				
4	Рекламщик				
5	Юрист				
6	Бухгалтер				
7	Секретар				
8	Адміністратор				
9	Інженер з охорони праці				
10	Кур'єр				
				Всього:	
				Всього за рік:	

7 Визначити витрати на комунальні послуги — самостійно

Витрати на комунальні послуги

№	Вид комунальних послуг	Витрата за 1 місяць, грн
	Всього:	

8 Отримати від адміністратора кількість проданих товарів та послуг. — Адміністратор

9 Визначити оподаткування за місяць з прибутку підприємства — самостійно

Оподаткування за місяць з прибутку підприємства

Місяць	ПДВ (20%)	Податок на прибуток (18%)	Податки на заробітну плату	Всього
Січень				
Лютий				
Березень				
Квітень				
Травень				
Червень				
Липень				
Серпень				
Вересень				

Жовтень					
Листопад					
Грудень					
	Всього:				

10	Прорахувати витрати на програму лояльності **№** | **Що входить для реалізації програми лояльності?** | **Витрата, грн** **Всього:**	Маркетолог Рекламщик Адміністратор
11	Прорахувати витрати на акційну програму. **№** | **Що входить для реалізації акції?** | **Витрата, грн** **Всього:**	Маркетолог Рекламщик Адміністратор
12	Порахувати прибуток за 1 місяць _____ _____ _____	Адміністратор Кур'єр
13	Порахувати прибуток зі застосуванням програм лояльностей та акційних програм. _____ _____ _____ _____	Адміністратор Кур'єр
14	Порахувати прибуток за рік _____ _____ _____ _____	самостійно
15	Прибуток _____ Витрати _____	самостійно
16	Доповісти про результат на нараді.	Усі працівники

КЕЙС «АДМІНІСТРАТОР»

Посадова інструкція: права рука керівника, долучається до керування підприємством, веде базу клієнтів, розробляє алгоритми роботи з клієнтами.

№	Завдання	Виконання з іншими кейсами
1	На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно рекомендацій за посиланням: **https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/** Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.	самостійно
2	Співбесіда на роботу.	Директор
3	**Вітаємо, Вас взяли на роботу!** Скласти вимоги до майбутніх працівників: інженер з охорони праці, бухгалтер, маркетолог, рекламщик, кур'єр.	Керівник відділу кадрів
4	Провести співбесіди для інженера з охорони праці, бухгалтера, маркетолога, рекламщика, кур'єра.	Керівник відділу кадрів
5	Створити алгоритму обслуговування клієнтів в телефонному режимі та в режимі доставки. _____ _____ _____ _____ _____	самостійно
6	Підрахувати кількості клієнтів на 1 місяць за телефонними дзвінками та взявши інформацію в кур'єра. Скласти звіт. Форма звіту вислана на вашу електрону пошту.	самостійно, Кур'єр
7	Передати звіт бухгалтеру.	Бухгалтер
8	Створити базу даних постійних клієнтів в MS Excel.	Кур'єр
9	Долучитись до прийняття рішень стосовно реклами: програма лояльності, акції.	Маркетолог Рекламщик
10	Визначити чи збільшилась кількість клієнтів після введених у дію програм. Та передати цю інформацію директору.	Кур'єр Бухгалтер Директор
11	Зробити оцінку працівникам стосовно їх ділових якостей та пред'явлених вимог перед початком роботи. Чи задовольняє отриманий результат?	Директор Керівник відділу кадрів

КЕЙС «МАРКЕТОЛОГ»

Посадова інструкція: розробляє план, що включає місце розміщення станції, її рекламу, заохочення клієнтів, програму лояльності, акції. Оцінює конкурентоспроможність та авторитет підприємства. Забезпечення інформаційних потреб керівників та фахівців з окремих функцій маркетингу.

Примітка: завдання виконуються в даних кейсах.

<table>
<tr><th>№</th><th>Завдання</th><th>Виконання з іншими кейсами</th></tr>
<tr><td>1</td><td>На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно із рекомендаціями за посиланням: https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/
Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Співбесіда на роботу.</td><td>Керівник відділу кадрів, Адміністратор</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Вітаємо, Вас взяли на роботу!
Визначити:
Мета проникнення на ринок_____і заняття вузької ніші.
Цілі маркетингу: популяризація продукції, створення позитивного іміджу компанії, в майбутньому вийти на цільовий ринок.
Рентабельність у галузі — 10-15 %.
Кількість підприємств у Черкасах — понад_____
Ринок структурований і характеризується високим рівнем конкуренції.
Приблизна кількість конкурентів у місті Черкаси, їх назви та місце знаходження_____</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Переглянути бізнес план директора та відкорегувати ціну на товар та послуги, визначити ціну для власного підприємства.
<table>
<tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Товар</th><th colspan="2">Ціна</th></tr>
<tr><td>конкуренти</td><td>створене підприємство</td></tr>
<tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>Директор, самостійно</td></tr>
</table>

	<table><tr><th rowspan="2">№</th><th rowspan="2">Послуги</th><th colspan="2">Ціна</th></tr><tr><th>конкуренти</th><th>створене підприємство</th></tr><tr><td>1</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>2</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>3</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>4</td><td></td><td></td><td></td></tr><tr><td>5</td><td></td><td></td><td></td></tr></table>	
5	Передати виконане завдання № 4 адміністратору та бухгалтеру.	Адміністратор Бухгалтер
6	Визначити місце, де буде знаходитися підприємство: **Адреса:** _____ **Тип (підкреслити):** Оренда, купівля приміщення, купівля будівлі **Ціна за оренду:**_____грн.	Директор
7	Обрати засоби поширення реклами. Скористатись конспектом чи посиланням: https://goo.su/4cUl _____ _____ _____	самостійно
8	Ознайомити директором з інформацією та затвердити її.	Директор
9	Визначити конкурентів у тій самій галузі, яка була обрана у місті Черкаси. Які послуги вони надають, та які акції та програми лояльності вони використовують? _____ _____ _____ _____	Директор Адміністратор
10	Розробити програму лояльності та передати інформацію бухгалтеру. _____ _____ _____ _____	Адміністратор Рекламщик Бухгалтер
11	Розробити акції та передати інформацію бухгалтеру _____ _____	Адміністратор Рекламщик Бухгалтер
12	Ознайомити директором з інформацією та затвердити її.	Директор

КЕЙС «СЕКРЕТАР КЕРІВНИКА»

Посадова інструкція: оформлення документів, створення копій документів, реєстрація вхідних та вихідних документів у журналах реєстрації, ставлення реквізитів на документах, печаті, приймання відвідувачів, планування роботи керівника, реєстрація відвідувачів.

<table>
<tr><th>№</th><th>Завдання</th><th>Виконання з іншими кейсами</th></tr>
<tr><td>1</td><td>На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно рекомендацій за посиланням: https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/
Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Співбесіда на роботу.</td><td>Керівник відділу кадрів адміністратор</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Вітаємо, Вас взяли на роботу!
Взяти інформацію про штат у керівника відділу кадрів.
Оформити в текстовому редакторі MSWord документацію щодо призначення на посаду новоприбулих працівників: накази про прийняття на роботу кожного працівника.
Посилання на приклад наказу: https://ibuhgalter.net/ru/material/657/13132
Взяти інформацію можна у керівника відділу кадрів.</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Записати в журнал реєстрації наказів усі накази (при необхідності журнал можна розшити, додаючи до нього рядки) протягом 1 місяця.

Журнал реєстрації наказів
<table>
<tr><th>№</th><th>№ наказу</th><th>Дата наказу</th><th>Короткий зміст</th><th>Дата отримання</th><th>Підпис отримуючого</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Записувати усіх відвідувачів у журнал реєстрації відвідувачів протягом 1 місяця (збільшувати таблицю можна при додаванні рядків).
Журнал реєстрації відвідувачів
<table>
<tr><th>№</th><th>ПІБ відвідувача</th><th>Назва підприємства з якого прибув відвідувач</th><th>З якого питання</th><th>Дата та час прибуття</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>самостійно, усі працівники, що проходили співбесіди, та узгоджували питання з директором</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Скласти план роботи директора на день та довести йому інформацію застосовуючи при цьому структурну схему кейсів.</td><td>самостійно</td></tr>
</table>

КЕЙС «ІНЖЕНЕР З ОХОРОНИ ПРАЦІ»

Посадова інструкція: Веде журнал проведених інструктажів із працівниками, ознайомлює працівників з робочим місцем та його шкідливістю, контролює виконання працівниками інструкцій з охорони праці.

№	Завдання	Виконання з іншими кейсами
1	На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно рекомендацій за посиланням: **https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/** Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.	самостійно
2	Співбесіда на роботу.	Керівник відділу кадрів, Адміністратор
3	**Вітаємо, Вас взяли на роботу!** Розробити інструкцію з охорони праці працівника, робітника підприємства.	самостійно
4	Затвердити інструкції з охорони праці кожного працівника з директором підприємства. Посилання: https://www.sop.com.ua/rubric/25	Директор
5	Розробити план проведення інструктажів (затвердити з директором підприємства). Вид інструктажу_____дата_____ Вид інструктажу_____дата_____ Вид інструктажу_____дата_____ Вид інструктажу_____дата_____ Приклади інструктажів можна знайти за посиланням: https://goo.su/4Cvf	Директор
6	Провести інструктаж з кожним працівником на його робочому місці при роботі з персональним комп'ютером. Посилання на інструкцію: https://osvita-docs.com/node/41	Усі працівники
7	Проконтролювати, чи виконується інструкція з охорони праці на онлайн-уроці.	Усі працівники

КЕЙС «РЕКЛАМЩИК»

Посадова інструкція: оформлення реклами: слоган, емблема, колір, буклети, банери, оформлення вебсайту.

№	Завдання	Виконання з іншими кейсами
1	На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно рекомендацій за посиланням: **https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/** Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.	самостійно
2	Співбесіда на роботу.	Керівник відділу кадрів, Адміністратор
3	**Вітаємо, Вас взяли на роботу!** Визначити: Мета реклами — _____ Стратегія — _____	самостійно
4	Використовуючи програми MS PowerPoint, MS Publisher та інтернет-ресурси, створити: 1. емблема підприємства; 2. слоган; 3. колір; 4. візитки; 5. листівки (флаєра).	самостійно
5	Затвердити виконане завдання з керівником відділу маркетингу та директором підприємства.	Директор Маркетолог
6	Допомогти розробити програму лояльності та акційні програми.	Маркетолог Бухгалтер Адміністратор

КЕЙС «КУР'ЄР»

Посадова інструкція: доставляє товари на дім.

<table>
<tr><th>№</th><th>Завдання</th><th>Виконання з іншими кейсами</th></tr>
<tr><td>1</td><td>На уроках теоретичного навчання ви складали резюме для прийняття на роботу. Перегляньте його та відредагуйте згідно рекомендацій за посиланням: https://www.work.ua/ru/articles/jobseeker/1888/
Надрукуйте, оформіть належним чином та надішліть на мою адресу.</td><td>Самостійно</td></tr>
<tr><td>2</td><td>Співбесіда на роботу.</td><td>Керівник відділу кадрів, адміністратор</td></tr>
<tr><td>3</td><td>Вітаємо, Вас взяли на роботу!
Визначити алгоритм доставки на дім товару
_____
_____</td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>4</td><td>Узгодити алгоритм із адміністратором. Відкоригувати його.</td><td>Адміністратор</td></tr>
<tr><td>5</td><td>Скласти таблицю усіх маршрутів протягом місяця.
<table>
<tr><th>№</th><th>ПІБ клієнта/
Назва організації</th><th>Адреса</th><th>Телефон</th><th>Послуга чи товар</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>6</td><td>Передати звіт адміністратору.</td><td>Адміністратор</td></tr>
<tr><td>7</td><td>Застосувати програму лояльності та акції та заповнити таблицю з клієнтами після застосування реклами.
<table>
<tr><th>№</th><th>ПІБ клієнта/
Назва організації</th><th>Адреса</th><th>Телефон</th><th>Послуга чи товар</th></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
<tr><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr>
</table></td><td>самостійно</td></tr>
<tr><td>8</td><td>Передати звіт адміністратору.</td><td>Адміністратор</td></tr>
</table>

Методична розробка уроку

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Селізар Василь Михайлович,
директор, викладач професійно-теоретичної підготовки
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail:vpu11khm@ukr.net

Кедис Лариса Анатоліївна,
методист, викладач професійно-теоретичної підготовки
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: ms.ms.vasilevs@ukr.net

Тема уроку
«БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

Дисципліна: ***спеціальний курс «Основи підприємництва»***

Мета уроку:

формування предметних компетентностей:

- ✓ *групування витрат підприємства, калькулювання собівартості;*
- ✓ *мотивація трудової діяльності та політика оплати праці;*
- ✓ *вміння здійснювати економічні розрахунки;*

формування ключових компетентностей:

- ✓ *уміння вчитися: уміння аналізувати, виконувати економічні розрахунки;*
- ✓ *спілкуватися рідною мовою: уміння обговорювати питання, пов'язані з проблемами проєкту;*
- ✓ *компетентність у цифрових технологіях: уміння використовувати цифрові технології для пошуку проблематики проєкту;*
- ✓ *математична компетентність: здатність до раціонального витрачання коштів;*
- ✓ *ініціативність і підприємливість: здатність аналізувати помилки або можливі ризики під час вибору проєкту і відповідно ризикувати для досягнення запланованого результату;*
- ✓ *соціальна і громадянська компетентність: уміння працювати в колективних*

ХІД УРОКУ

І. Організаційна частина:

- ✓ рапорт чергового про відсутніх на уроці;
- ✓ перевірка готовності учнів до уроків.

ІІ. Актуалізація знань:

2.1. Повідомлення теми, мети, девізу уроку.

Виробнича діяльність будь-якого суб'єкта підприємництва починається з планування. Раніше плани часом мали формальний характер, зараз підприємці не можуть бути байдужими до свого бізнесу, до свого підприємства. Підприємець повинен знати сильні й слабкі сторони фірми та вміти спланувати її роботу. Неперевершене значення у цьому має бізнес-план. Тому кожний підприємець повинен складати такий план. Що таке бізнес-план, які функції він виконує, які його структура, загальна методологія, логіка та технологія його розробки? Відповіді на ці запитання ви знайдете сьогодні на уроці.

2.2. Перевірка знань попереднього матеріалу.

Викладач використовує на уроці відомість контролю знань учнів групи.

Відомість контролю знань учнів групи №

№ п/п	Прізвище, ім'я, по-батькові	Оцінка за перевірку знань попередньої теми	Закріплення нової теми	Загальна оцінка
1.				
2.				
…				

Перевірка домашнього завдання за допомогою індивідуальних карток-завдань за варіантами (*додаток 1*).

ІІІ. Вивчення нового матеріалу (розповідь з елементами бесіди).

План

1. Основні цілі і функції бізнес-плану.
2. Типові розділи бізнес-плану.
3. Проблеми сучасного бізнес-планування.

3.1. Основні цілі і функції бізнес-плану.

Девізом нашого уроку ми обрали такий вислів: ***«Бізнес-план – це система доказів успішності передбачуваного бізнесу» (****Л. Ф. Циферблат*[18]*)*

Виникнення будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань:

- ✓ хто виступає як конкретні споживачі?
- ✓ яким є ринок продукту підприємства?
- ✓ які кошти необхідні для реалізації проєкту?
- ✓ чи виправдовує себе економічний проєкт?

Задля отримання відповідей на ці запитання й складається бізнес-план.

Бізнес-план – це письмовий документ, де викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та схарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також управління ним.

Складати бізнес план рекомендується на 3-5 років. Для першого та другого року показники слід давати щомісячна і щоквартально, далі в річному розрізі.

Основні цілі бізнес-плану:

- ✓ Налаштування комунікацій між підприємцям і майбутнім постачальником, продавцями і найманими робітниками.
- ✓ Проєктування системи управління задуманим бізнесом в конкретній сфері діяльності.
- ✓ Своєчасне передбачення можливих проблем на дорозі до успіху організації власної справи.
- ✓ Формування та розвиток управлінських талантів підприємця.
- ✓ Перевірка впевненості власної підприємницької ідеї, ще до її практичної реалізації.

[18] Л.Ф. Циферблат – автор численних публікацій, зокрема, книги «Бізнес-план: робота над помилками»

В ринковій системі господарювання бізнес-план виконує дві важливі і практичні головні функції (*рис.1*).

Рис.1. Основні функції бізнес-плану

Основні вимоги до розроблення й оформлення бізнес-плану

Розроблення бізнес-плану є обов'язковою умовою при:

- ✓ утворенні нових підприємств
- ✓ реконструкції діючих підприємств;
- ✓ обґрунтування ефективності інвестицій.

Цей документ забезпечує впевненість майбутніх інвесторів у тому, що їхні інвестиції будуть прибутковими.

3.2. Типові розділи бізнес-плану (*рис.2*).

Рис.2. Типові розділи бізнес-плану

3.3. Проблеми сучасного бізнес-планування.

1. Відсутність єдиного стандартного формату бізнес-плану приводить до нерозуміння, наприклад, між кредитним інспектором і розробником (замовником) даного «продукту».
2. Недолік інформаційного забезпечення, особливо того, що стосується внутрішніх фінансових норм і нормативів.
3. Величезна проблема – гарантії майбутніх інвесторів.

4. Висока вартість розроблення бізнес-плану. Складання бізнес-плану не «своїми силами», а в консалтинговій фірмі коштує мінімум 2000 доларів.

5. Відсутність гарантій в здобутті фінансування під бізнес-план, навіть якщо в основі його лежить «хороша» ідея, а за ним стоять професійні менеджери-економісти.

IV. Закріплення нового матеріалу.

1. Робота з бізнес-планом готелю (додаток 3).
2. Конкурс «Хто швидше заповнить таблицю «Основні розділи бізнес-плану» (рис.3). Група ділиться на три команди. Виграє та команда, яка швидше заповнить таблицю.

Рис. 3. Основні розділи бізнес-плану (таблиця для гри)

V. Підведення підсумків.

Виставлення оцінок за урок.

VI. Домашнє завдання.

- ✓ Опрацювати усі завдання практикуму.
- ✓ Обрати вид підприємницької діяльності, придумати назву організації, скласти короткий бізнес-план.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

КАРТКИ-ЗАВДАННЯ ДО ТЕМИ «ВИДИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ» (для перевірки домашнього завдання)

Варіант № 1

Завдання №1 (2 б)

Встановити відповідність між видом підприємницької діяльності та його змістом.

Виробнича діяльність – це …	1. безпосередня реалізація товарів і послуг. 2. створення товарів і послуг. 3. функції пов'язанні з рухом грошей, цінних паперів, надання кредитів та страхуванням майна і ризиків. 4. сприяння встановленню ділових контрактів, укладанню угод на купівлю продаж товарів і послуг.
Відповідь: 2	

Завдання № 2 (2 б)

Встановити відповідність форми власності та організаційних форм підприємств.

Приватна власність – це….	1. приватна власність. 2. державне підприємство. 3. казенне підприємство. 4. кредитні спілки. 5. підприємець-фізична особа. 6. комунальне підприємство. 7. індивідуальне підприємство. 8. підприємства спільні з іноземним капіталом. 9. акціонерне товариство. 10. сімейні підприємства. 11. колективне товариство 12. селянські фермерські господарства. 13. кооперативи. 14. релігійні організації. 15. командитні товариства.
Відповідь: 1,5,7,10,12.	

Завдання № 3(3 б)

Які зараз існують критерії класифікації підприємств?

Варіант № 2

Завдання №1 (2 б)

Встановити відповідність між видом підприємницької діяльності та його змістом.

Посередницька діяльність – це...	1. безпосередня реалізація товарів і послуг. 2. створення товарів і послуг. 3. функції пов'язанні з рухом грошей, цінних паперів, надання кредитів та страхуванням майна і ризиків. 4. сприяння встановленню ділових контрактів, укладанню угод на купівлю продаж товарів і послуг.
Відповідь: 4	

Завдання № 2 (2 б)

Встановити відповідність форми власності та організаційних форм підприємств.

Колективна власність – це….	1. приватна власність. 2. державне підприємство. 3. казенне підприємство. 4. кредитні спілки. 5. підприємець-фізична особа. 6. комунальне підприємство. 7. індивідуальне підприємство. 8. підприємства спільні з іноземним капіталом. 9. акціонерне товариство. 10. сімейні підприємства. 11. колективне товариство. 12. селянські фермерські господарства. 13. кооперативи. 14. релігійні організації. 15. командитні товариства.
Відповідь: 4,9,11,13,14,15.	

Завдання №3 (3 б)

Які зараз існують види підприємницької діяльності?

Варіант № 3

Завдання №1 (2 б)

Встановити відповідність між видом підприємницької діяльності та його змістом.

Комерційна діяльність – це – це...	1. безпосередня реалізація товарів і послуг. 2. створення товарів і послуг. 3. функції пов'язанні з рухом грошей, цінних паперів, надання кредитів та страхуванням майна і ризиків. 4. сприяння встановленню ділових контрактів, укладанню угод на купівлю продаж товарів і послуг.
Відповідь: 1	

Завдання № 2 (2 б)

Встановити відповідність форми власності та організаційних форм підприємств.

Державна власність – це….	1. приватна власність. 2. державне підприємство. 3. казенне підприємство. 4. кредитні спілки. 5. підприємець-фізична особа. 6. комунальне підприємство. 7. індивідуальне підприємство. 8. підприємства спільні з іноземним капіталом. 9. акціонерне товариство. 10. сімейні підприємства. 11. колективне товариство. 12. селянські фермерські господарства. 13. кооперативи. 14. релігійні організації. 15. командитні товариства.
Відповідь: 2,3,6.	

Завдання №3 (3 б)

За якими формами власності поділяються підприємства?

Варіант № 4

Завдання №1 (2 б)

Встановити відповідність між видом підприємницької діяльності та його змістом.

Фінансова діяльність – це – це...	1. безпосередня реалізація товарів і послуг. 2. створення товарів і послуг. 3. функції пов'язанні з рухом грошей, цінних паперів, надання кредитів та страхуванням майна і ризиків. 4. сприяння встановленню ділових контрактів, укладанню угод на купівлю продаж товарів і послуг.
Відповідь: 3	

Завдання № 2 (2 б)

Встановити відповідність форми власності та організаційних форм підприємств.

Змішана власність – це….	1. приватна власність. 2. державне підприємство. 3. казенне підприємство. 4. кредитні спілки. 5. підприємець-фізична особа. 6. комунальне підприємство. 7. індивідуальне підприємство. 8. підприємства спільні з іноземним капіталом. 9. акціонерне товариство. 10. сімейні підприємства. 11. колективне товариство. 12. селянські фермерські господарства. 13. кооперативи. 14. релігійні організації. 15. командитні товариства.
Відповідь: 8.	

Завдання № 3 (3 б)

За якими організаційними формами поділяються підприємства? Охарактеризуйте одну з них.

ДОДАТОК 2

«ЕКОНОМСЛОВНИК»

Підприємець – це фізична особа, що здійснює підприємницьку діяльність, тобто ініціативну, систематичну, на власний ризик діяльність з метою одержання прибутку.

Головна ціль підприємця – це прибуток, тому він організовує підприємницьку діяльність, створює підприємство

Підприємство – це самостійний господарюючий статутний суб'єкт, що має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідну і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

Основні документи, що регулюють діяльність підприємства:

- Закон України «Про підприємства в Україні»
- Статут
- Ліцензія
- Колективній договір
- Патент

Інформаційне поле бізнес-плану – це сукупність документів чи даних правового, політичного, економічного, комерційного, науково-технічного, зовнішньоекономічного та соціального характеру, які забезпечують інформаційні потреби підприємця в процесі опрацювання бізнес-плану

Планування – це не просто вміння передбачати всі необхідні дії. Це також здатність передбачати будь- які несподіванки, які можуть виникнути по ходусправи, і уміти з нимисправлятися. Фірма не може повністю усунути ризик всвоїй діяльності, але здатна управляти їм за допомогою ефективного передбачення. Найбільш об'єктивну оцінку бізнесу дає бізнес – план.

Бізнес-план – це план розвитку бізнесу на майбутній період, в якому сформульовані предмет, основні цілі, стратегії, напрями і географічні регіони господарської діяльності, в якому визначені цінова політика, ємкість і структура ринку, умови здійснення постачань і закупівель, транспортування, страхування і переробки товарів, чинники, що впливають на зростання або зниження доходів і витрат по групі товарів і послуг, що є предметом підприємства.

Функції бізнес-плану в **ринковій системі господарювання:**

Зовнішня – ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї.

Внутрішня (життєво важлива для діяльності самого підприємства) – опрацювати механізм самоорганізації, тобто цілісну, комплексну систему управління реалізацією підприємницького проєкту.

ДОДАТОК 3

БІЗНЕС-ПЛАН ГОТЕЛЮ

Описова частина бізнес-плану

Призначення бізнесу: Відкриття готелю на 73 номери (108 місць) рівня «три зірки».

Мета проєкту: прийом і обслуговування гостей міста, забезпечення їх комфортного проживання.

Попит: У даний час відзначається значне збільшення попиту на готельні послуги. Це зв'язано, перш за все, з розвитком вітчизняної туристичної галузі, відкриттям крупних спільних підприємств, проведенням в багатьох містах регулярних виставок, конференцій і семінарів. У першу чергу мають попит невеликі приватні готелі, розташування в екологічно чистих районах далеко від міської метушні.

Маркетинг і збут: для забезпечення стабільної заповнюваності готелю передбачається проведення реклами через друковані видання та Інтернет, укладення договорів з турагентствами на розміщенні невеликих груп туристів.

Приміщення під готель: Найбільш оптимальним у готельному бізнесі вважається будівництво будівлі або придбання готових приміщень. У цьому бізнес-плані готелю ми розглянемо варіанти будівництва власної будівлі. При виборі місця розташування готелю необхідно врахувати наявність зручних під'їзних шляхів, дислокацію виводів електричних і газових мереж, систем водопроводу і каналізації в безпосередній близькості від будівельної площі.

Виробничий план.

Загальна площа приміщень готелю складає 4000 кв. м., включаючи номери для мешкання:

- люкс – 5шт.;
- двомісні номери – 30 шт.;
- одномісні номери – 38 шт.;
- кафе;
- кімнату відпочинку з баром;
- кухню;
- більярд;
- тренажерний зал;
- побутову кімнату (прання, прасування);
- технічне приміщення (котельня та ін.);
- інженерне забезпечення – міські комунікації.

Фінансова складова бізнес-плану готелю.

Розрахунковий період включає: будівництво будівлі (2 роки) і його подальшу експлуатацію.

а) інвестиційні витрати – 9-11,5 млн. грн.:

- вартість проведення будівельно-монтажних робіт – 400-600 тис. грн.
- благоустрій території, забезпечення паркових місць – 1,5 млн. грн.
- вартість передпроєктних і проєктних робіт – 5,7 млн. грн.
- вартість устаткування і оснащення готелю – 1,4-2,4 млн. грн.
- бажано запланувати також непередбачені витрати.

б) поточні витрати можуть включати:

- витрати на оплату праці і відрахування в соцфонди;
- експлуатаційні витрати;
- витрати на ремонт готелю;
- можливо, орендна плата за земельну ділянку.

Фонди оплати праці (1 керівник і 3 людини обслуговуючого персоналу) складає 720 тис. грн в рік.

Експлуатаційні витрати складаються з витрат на електроенергію, водопостачання, теплогазопостачання, миючі засоби, продукти, послуги зв'язку і тому подібне, і складають 800-1000 тис. грн в період експлуатації будівлі. На етапі будівництва буде потрібно лише електроенергію і воду.

в) джерела доходів (у рік):

- дохід від номерного фонду – 3-3,5 млн. грн.
- дохід від харчування – 700-900 тис. грн.
- додатковий прибуток від більярда – 100-200 тис. грн.

Термін окупності проєкту складає 5 років, рентабельність 59%.

Якщо визначати термін окупності з використанням дисконтування, то він складе 6 років.

У ринковій економіці норма дисконту визначається, виходячи з депозитного відсотка по вкладах, але на практиці зазвичай застосовують більше значення, враховуючи інфляцію і ризики, зв'язані інвестиціями.

У подальшим можна розширити сферу послуг, пропонуючи, наприклад, послуги сауни.

ДОДАТОК 4

АНАЛІЗ БІЗНЕС-ПЛАНУ

Вступ

Весь процес створення нового підприємства проходить три стадії:

- розроблення концепції;
- планування;
- реалізація проєкту.

На стадії *планування відбувається* ***формування бізнес-плану.***

«Управляти – це передбачати, а передбачати – це вже майже діяти» (А.Файоль).

Планування **–** це не просто вміння передбачати всі необхідні дії. Це також здатність передбачати будь- які несподіванки, які можуть виникнути по ходусправи, і уміти з нимисправлятися. Фірма не може повністю усунути ризик всвоїй діяльності, але здатна управляти їм за допомогою ефективного передбачення. Найбільш об'єктивну оцінку бізнесу дає бізнес – план.

Поняття «бізнес- план»

Бізнес-план – це система доказів успішності передбачуваного бізнесу (Л.Ф. Циферблат)

Бізнес план – це план розвитку бізнесу на майбутній період, в якому сформульовані предмет, основні цілі, стратегії, напрями і географічні регіони господарської діяльності, визначені цінова політика, ємкість і структура ринку, умови здійснення постачань і закупівель, транспортування, страхування і переробки товарів, чинники, що впливають на зростання або зниження доходів і витрат по групі товарів і послуг, що є предметом підприємства.

Бізнес-план – це письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації та схарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні і фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним.

Функції бізнес-плану

Бізнес-план має дві групи користувачів:

внутрішніх:

- ініціатор бізнес-ідеї;
- засновники;
- персонал фірми.

зовнішніх:

- потенційні інвестори;
- кредитори;
- партнери.

Традиційно **бізнес-план** розглядається як інструмент залучення необхідних для реалізації проєкту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом. Такий план має

переконати потенційних інвесторів у тому, що підприємницький проєкт має чітко визначену стратегію успіху та заслуговує на фінансову підтримку.

Не менш важливою є і *внутрішня функція бізнес-плану*, в межах якої можна виділити два напрями його застосування:

1) як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. Розробка бізнес-плану вимагає визначення не тільки стратегічних напрямів і цілей діяльності, а й оперативних дій для досягнення таких. Тобто бізнес-план є основою поточного планування всіх аспектів діяльності підприємства, він сприяє глибшому усвідомленню працівниками особистих завдань, пов'язаних зі спільним для них бізнесом;

2) як механізму аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства. Бізнес-план дає змогу аналізувати, контролювати й оцінювати успішність діяльності в процесі реалізації підприємницького проєкту, виявляти відхилення від плану та своєчасно коригувати напрями розвитку бізнесу.

Отже, в умовах ринкової системи господарювання ***бізнес-план*** – це активний робочий інструмент управління, відправний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства; це документ, який визначає оптимальні за часом і найменш ризиковані шляхи реалізації підприємницького проєкту.

Види бізнес-плану

Залежно від типу інвестиційної ситуації в межах кожної класифікаційної ознаки можна виділити:

- ***повний бізнес-план комерційної ідеї або інвестиційного проєкту*** – виклад для потенційного партнера або інвестора результатів маркетингового дослідження, обґрунтування стратегії виходу на ринок, очікуваних фінансових результатів;
- ***бізнес-план фірми*** – виклад перспектив розвитку фірми на плановий період для ради директорів або зборів акціонерів, де обґрунтовуються необхідні обсяги інвестицій чи інших ресурсів;
- ***бізнес-план структурного підрозділу*** – виклад для вищого керівництва компанії плану розвитку господарської діяльності підрозділу для обґрунтування обсягів ресурсів, що централізовано виділяються підрозділу, або обсягів прибутку, що залишаються в розпорядженні підрозділу.
- ***регіональний бізнес-план***, в якому обґрунтовуються перспективи соціально-економічного розвитку регіону та обсяги фінансування відповідних програм для органів з бюджетними повноваженнями.

Структура бізнес-плану

Джерелами отримання інформації здебільшого є:

1. Власній досвід практичної діяльності у виробничій сфері.
2. Безпосередні контакти з майбутніми споживачами, постачальниками, торговими агентами. Відомості про конкурентів.
3. Рекламні матеріали, матеріали виставок, ярмарків, науково-практичних конференцій.
4. Статистична інформація про стан і тенденції розвитку галузі (сфери майбутньої діяльності).
5. Поточні, аналітичні огляди економічної та ринкової ситуації.
6. Публікації з питань діяльності підприємства.

У теорії і практиці немає жорстко регламентованої структури бізнес-плану. Вона може бути різною залежно від виконуваної функції: одна для підприємця, який розпочинає свою діяльність, інша – для діючого підприємства.

Елементи бізнес-плану

Бізнес-план складатися з таких розділів:

1. Можливості фірми (резюме).
2. Види товарів (послуг).
3. Ринки збуту товарів (послуг).
4. Конкуренція на ринку збуту.
5. План маркетингу.
6. План виробництва.
7. Організаційний план.
8. Правове забезпечення діяльності фірми.
9. Оцінка ризику і страхування.
10. Фінансовий план.
11. Стратегія фінансування

На кожному напрямі діяльності фірми встановлюють цілі і стратегії їх досягнення, які включають перелік необхідних заходів. За кожною стратегією визначаються відповідальні особи. Резюме повинно дати майбутнім кредиторам або інвесторам фірми (в тому числі акціонерам) відповідь на запитання:

- Що вони отримають в разі успішної реалізації бізнес-плану?
- Який ризик втратити гроші?

У цьому розділі вміщено інформацію, яка дає уявлення про фірму, а також всі необхідні дані, що характеризують її комерційну діяльність.

<u>Складати бізнес план повинен сам керівник із залученням співробітників фірми і незалежних експертів.</u>

Зміст бізнес-плану

Складові	Зміст
1. Титульний лист	А. Повна назва та адреса фірми Б. Імена та адреси засновників
2. Зміст бізнес-плану	А. Перелік основних розділів Б. Перелік таблиць, рисунків
3. Резюме	2—3 стор. тексту, де узагальнено ключові положення бізнес-плану
4. Галузь, підприємство та його продукція	А. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі Б. Підприємство і концепція його поведінки в галузі В. Опис продукції (послуг) Г. Стратегія зростання підприємства
5. Дослідження ринку та маркетинг-план	А. Покупці, місткість і динаміка росту Б. Конкуренція. Оцінка обсягу продажу В. Маркетингова стратегія Г. Політика ціноутворення і торгова політика, реклама
6. План виробництва	А. Виробничий процес Б. Приміщення, обладнання В. Постачальники сировини і матеріалів
7. Організаційний план	А. Форма організації бізнесу (організаційно-правова форма бізнесу) Б. Власники фірми і керівники В. Організаційна схема і розподіл обов'язків Г. Планування чисельності персоналу
8. Оцінка ризику і програма управління ним	А. Перелік можливих ризиків і проблем Б. Шляхи мінімізації ризиків
9. Фінансовий план	А. План доходів і витрат Б. Розрахунок беззбитковості В. Рух грошової готівки Г. Баланс підприємства
10. Інвестиційний план	А. Потреба у фінансуванні Б. Використання фондів В. Повернення коштів інвесторам
11. Додатки (можливі)	А. Технічні дані про продукцію Б. Схеми виробничих потоків В. Організаційна схема

ВИСНОВОК

Бізнес-план – це план розвитку підприємства, необхідний для освоєння нових сфер діяльності, створення нових видів бізнесу.

Вдало розробивши бізнес-план, можна отримати надійний інструмент у змаганні з конкурентами і в розширенні своєї власної справи.

Бізнес-план надає можливість оцінити життєздатність підприємства в умовах конкуренції, дає орієнтири для першочергової діяльності, служить аргументом для одержання фінансової підтримки від зовнішніх інвесторів.

Бізнес-планування допомагає підприємцю:

- визначити ступінь життєздатності та майбутньої стійкості підприємства, зменшити ступінь ризику підприємницької діяльності;
- конкретизувати перспективи бізнесу у вигляді системи кількісних і якісних показників розвитку;
- привернути увагу, зацікавити, забезпечити підтримку з боку потенційних інвесторів фірми;
- отримати досвід планування, що розвиває перспективний погляд на свою компанію та її робоче середовище.

ЛІТЕРАТУРА

1. Олет Б. 24 кроки успішного стартапу / пер. з англ. Н. Палій. Київ : Книголав, 2019. 288 с.
2. Бланк С., Дорф Б. Священна книга стартапера. Як збудувати успішну компанію / пер. з англ. Н. Валевська. Київ : Наш формат, 2019. 512 с.
3. Гільбо К. Стартап на $100. Як перетворити хобі на бізнес / пер. з англ. А. Ящук. Київ : Наш формат, 2017. 264 с.
4. Райз Е. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля / пер. з англ. О. Яцини. Харків : Vivat, 2016. 368 с.
5. Вассерман Н. Дилеми засновника бізнесу. Як попередити помилки й уникнути їх під час створення стартапу / пер. з англ. А. Клімової. Харків : Vivat, 2017. 480 с.
6. Тіль П. Від нуля до одиниці. Нотатки про стартапи, або як створити майбутнє / пер. з англ. Р. Обухів. 3-є вид. Київ : Наш формат, 2016. 232 с.
7. Ворона Т. Стартап на мільйон. Харків : Vivat, 2017. 224 с.
8. Ries E. The Lean Startup. NY. : Crown Publishing Group, 2011. 320 p.
9. Thiel’s P. Startup CS183. Notes Essay. URL: https://gist.github.com/harperreed/3201887.

Розділ 2
ПРАКТИКУМ

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:

практикум

Селізар Василь Михайлович,
директор, викладач професійно-теоретичної підготовки
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail:vpu11khm@ukr.net

Кедис Лариса Анатоліївна,
методист, викладач професійно-теоретичної підготовки
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: ms.ms.vasilevs@ukr.net

ПРАКТИКУМ ДЛЯЗДОБУВАЧІВ ОСВІТИ
«БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

ЗАВДАННЯ 1
НАСТАНОВЧО-МОТИВАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ

Практикум, який Ви будете виконувати, називається “РОЗРОБЛЯЄМО ТВІЙ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН”

ЦІЛІ ВИКОНАННЯ ПРАКТИКУМУ:

***навчитися складати бізнес-план;**

***визначити, за яких умов я можу сподіватися на підтримку свого бізнесу;**

***навчитися перевіряти інформацію або припущення за допомогою опитування**

З метою систематизації та демократизації контролю виконання завдань практикуму рекомендуємо заповнювати відомість обліку навчальних досягнень. У графі “самоконтроль” рівень навчальних досягнень оцінюєте Ви самі, у графі “контроль” – викладач.

ВІДОМІСТЬ

обліку навчальних досягнень учня під час виконання практикуму
«РОЗРОБЛЯЄМО ТВІЙ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН»

№ завдання та його назва	*Само-контроль*	*Контроль засвоєння*
Завдання 1. Настановчо-мотиваційне		
Завдання 2. Навіщо мені складати бізнес-план?		
Завдання 3. Як проводити переговори?		
Завдання 4. Як отримати підтримку власної бізнес-ідеї?		
Завдання 5. Як перевірити інформацію для мого бізнес-плану?		
Завдання 6. Як розробити власний бізнес-план?		
Завдання 7. Підсумкове		

Бажаємо Вам наполегливості та старанності у навчанні!

ЗАВДАННЯ 2
“НАВІЩО МЕНІ СКЛАДАТИ БІЗНЕС-ПЛАН?”

Мета*:*
з’ясувати мету складання та структуру бізнес-плану; навчитися складати бізнес-план

Попередні заняття з підприємництва спрямовували Ваші зусилля на те, щоб допомогти партнерам по бізнесу з ремонту автомобілів спланувати відкриття власної справи. Тепер Ви можете застосувати отримані знання при розробці власних проєктів.

Рідко буває так, що бізнесмени мають усі ресурси, які їм необхідні для того, щоб започаткувати власний бізнес. Багатьом з нас доводиться “позичати” ресурси у тих, хто не задіяний у нашому бізнесі. У цьому випадку ми маємо надати “прихильникам” достатньо обґрунтованої інформації, щоб переконати їх у тому, що їм варто нам допомогти.

Більш того, нам необхідно знати, чи буде наша бізнес-ідея реальною та успішною. Звичайно, ніколи не можна бути абсолютно впевненими, але ми зможемо краще підготуватися, якщо витратимо час на комплексний аналіз ситуації щодо прибутковості власної бізнес-ідеї.

Як?

Ви повинні скласти чорновий варіант бізнес-плану у загальному виді за наданим алгоритмом. Отже, опишіть стисло власну ідею на основі поставлених запитань.

БІЗНЕС-ПЛАН

I. ІДЕЯ

ІДЕЯ | МОТИВАЦІЯ
ВМІННЯ | РЕСУРСИ

Що є об'єктом вашого бізнесу?

.....

.....

Опишіть процес виробництва/надання послуг

.....

.....

Опишіть ринок збуту, тобто хто купуватиме вашу продукцію/послуги?

.....

.....

Чому ?

.....

.....

У кого Ваші потенційні клієнти купують зараз?

.....

.....

Чому вони змінять постачальника?

.....

.....

Скільки вони платитимуть?

.....

.....

Які ціни призначають Ваші конкуренти?

.....

.....

Як Ви будете просувати свою бізнес-ідею?

.....

.....

II. МОТИВАЦІЯ

ІДЕЯ | МОТИВ
ВМІННЯ | РЕСУРСИ

Що Ви сподіваєтесь отримати від бізнесу?

особисту фінансову винагороду.....

незалежність.....

владу.....

роботу, яка вам подобається.....

нові можливості.....

реалізацію потреб.....
інше.....

Що є Вашим основним стимулом (мотивацією)?

.....

Який стимул, на Вашу думку, буде у Ваших постачальників у співпраці саме з Вами?

.....

.....

Який стимул може бути у Ваших клієнтів користуватись саме Вашими послугами (купувати товари саме у Вас)?

.....

.....

ІДЕЯ | МОТИВ
ВМІННЯ | РЕСУРСИ

III. ВМІННЯ – ЛЮДИ

Коротко опишіть власні вміння та вміння Ваших партнерів

.....

.....

Коротко опишіть власну та Ваших партнерів професійну кваліфікацію

.....

.....

.....

Коротко опишіть власний та Ваших партнерів досвід діяльності

.....

.....

.....

Коротко опишіть власні та Ваших партнерів потреби у вдосконаленні чи навчанні

.....

.....

.....

Організація – Хто відповідатиме за:
Придбання .....
Виробництво .....
Сприяння у розповсюдженні.....
Продаж.....
Облік.....

IV. РЕСУРСИ

ІДЕЯ | МОТИВАЦІЯ
ВМІННЯ | РЕСУРСИ

Що вам потрібно (приміщення, обладнання, транспорт тощо)?

.....

.....

.....

Що ви маєте? (Оцініть вартість Ваших ресурсів)

.....

.....

.....

Що вам необхідно придбати? Скільки це коштуватиме?

.....

.....

.....

Де я придбаю потрібні мені ресурси?

.....

.....

.....

Чи буде мій бізнес прибутковим? (Плановані доходи і витрати)

.....

.....

.....

Які обсяги фінансування потрібні? (Бухгалтерський баланс)

.....

.....

Скільки грошей вам потрібно щомісяця? (Прогноз обігу готівки)

.....

.....

.....

ЗАВДАННЯ 3
ЯК ПРОВОДИТИ ПЕРЕГОВОРИ?

Мета:
навчитися визначати з ким потрібно вести переговори; відпрацювати навички ведення переговорів

Підготувавши в попередньому завданні бізнес-план власної справи, Ви маєте можливість розвинути вміння вести переговори.

- **Ви можете мати потребу:**
- в орендуванні майстерні;
- в отриманні позики;
- у спілкуванні з професіоналами;
- уведенні переговорів з офіційними особами з місцевих органів влади;
- у наймі робітників;
- у придбанні матеріалів;
- у реалізації своєї продукції чи послуги клієнтам.

Визначте, з ким Ви будете вести переговори або кому будете продавати свою продукцію. Використовуючи ідеї, записані Вами на попередньому занятті, спробуйте передбачити хід переговорів з кожною з таких осіб:

Особа (и)	Предмет розгляду
власники	приміщення
банкіри	терміни позик
офіційні особи	розпорядження щодо охорони здоров'я і безпеки, планування грантів
робітники за наймом	співбесіди для відбору персоналу, оцінювання вмінь
клієнти	консультування щодо товарів/послуг, ціни і видів платежу, обслуговування після продажу
постачальники	термін постачання, технічні умови на матеріал

РОЛЬОВА ГРА

ДІЯ

Розділившись на малі групи, обговоріть питання, пов'язані з веденням переговорів у майбутньому кожного з Вас.

- Розгляньте різноманітні сценарії переговорів, визначені вище, і будьте готові до звітування перед усіма наприкінці заняття.
- Пам'ятайте про важливість таких якостей, як доброзичливість, взаємоповага, вміння поставити себе на місце інших під час будь-яких переговорів.
- Визначте різні групи та організації, з якими, скоріш за все, Ви побажаєте співпрацювати.
- Установіть, чого саме можуть очікувати від Вас ці різні групи й організації.

Корисним може виявитися розгляд таких питань:

Що спонукає <u>не</u> купувати у певних постачальників	**Що спонукає купувати в одного продавця, а не в іншого?**
Імовірні відповіді можуть включати:	*Імовірні відповіді можуть включати:*
Ми не знаємо постачальника	Помірна ціна та добра якість
Ми ставимося до нього з підозрою	Регулярне постачання
Ціна видається дуже високою	Привітне обслуговування
Якість – сумнівна	Чесність
Торговельна точка – брудна	Презентабельний зовнішній вигляд
Недостатня гарантія	Можливість купівлі в кредит
Обслуговування після продажу – під сумнівом	Широкий вибір
Слабка технологія продажу	Зручне розташування/доступ
Сильна конкуренція	Можливість отримати консультацію
Несвоєчасна доставка товарів	Пропонуються термінові послуги
Обмежений вибір продукції	Рекомендації/власний досвід спілкування
Немає опису продукції	Спеціалізовані товари/послуги

ДЕБРИФІНГ

Зробіть аналіз спільної роботи, загальні висновки. Відмітьте особисті успіхи та недоліки, яких слід запобігати в майбутньому.

ЗАВДАННЯ 4
ЯК ЗДОБУТИ ПІДТРИМКУ ВЛАСНОЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ?

Мета*: набути навичок з ведення переговорів під час отримання чи надання кредиту*

Якщо б до Вас звернулися з проханням позичити гроші на відкриття власної справи, що б Ви хотіли знати перед тим, як погодитися дати у борг?

ДІЯ

Розгляньте поданий нижче список відносно Вашого власного бізнесу:

- ✓ *Чи зможе ця особа повернути борг упродовж певного періоду?*
- ✓ *Чи справляє особа, яка позичає гроші, враження чесної, надійної людини?*
- ✓ *Чи може вона продемонструвати обізнаність за напрямом бізнес-діяльності?*
- ✓ *Чи справляє бізнес-ідея враження реалістичної та розумної?*
- ✓ *Чи ретельно розрахована сума, якої потребує особа?*
- ✓ *Чи вказала особа, яким чином вона збирається заробити достатньо грошей, щоб повернути борги?*
- ✓ *На що витрачатимуться гроші?*
- ✓ *Який ризик існує?*
- ✓ *Чи надаються певні гарантії (забезпечення)?*
- ✓ *Чи вкладає особа, яка бере позику, власні кошти у справу?*
- ✓ *Чи погодився хтось ще вкласти певну суму грошей: позичити або надати у вигляді субсидії?*
- ✓ *Чи є докази того, що особа, яка планує бізнес, здатна ним управляти?*
- ✓ *Чи виглядає проєкт у цілому досяжним?*
- ✓ *Що особа, яка планує бізнес, сподівається отримати від бізнесу особисто для себе?*
- ✓ *Інше*

Які дані можуть довести життєздатність Вашої бізнес-ідеї? Як можна зробити ці докази більш переконливими?

ДЕБРИФІНГ

Малою групою учнів зробіть аналіз роботи кожного учасника.

Дайте відповідь на запитання:

- ✓ Чи були всі учні відвертими?
- ✓ Які дані можуть довести життєздатність бізнес-ідеї?
- ✓ Як можна зробити ці докази більш переконливими?

Позначте особисті успіхи, які варто накопичувати, та недоліки, яких потрібно запобігати у майбутньому.

ЗАВДАННЯ 5
ЯК ПЕРЕВІРИТИ ІНФОРМАЦІЮ ДЛЯ МОГО БІЗНЕС-ПЛАНУ?

Мета*: навчитися перевіряти достовірність інформації у бізнес-плані за допомогою опитування (анкетування)*

Відповіді на такі питання допоможуть Вам вирішити:

Що Вам необхідно знати?

Яка інформація Вас цікавить?

Для прийняття яких рішень вона Вам потрібна?

Кого Вам необхідно опитати?

Скільки інформації Вам потрібно?

Де і коли Ви проводитимете опитування?

Скільки людей необхідно опитати?

Яких людей вам необхідно опитати?

Наприклад: вік, рівень доходу, рід занять, стать.

Питання щодо спеціальної продукції будуть адресовані лише тим користувачам, які мають специфічні потреби, наприклад, раритетні марки.

Важливі правила при розробці анкети

Ви повинні проводити бесіду таким чином, щоб залишити у Ваших респондентів відчуття співпраці і зацікавленості.

Респонденти – *це люди, які підлягають анкетуванню чи опитуванню (це можуть бути: клієнти, постачальники, конкуренти та інші).*

Вживайте повсякдену мову	Розробляючи питання, пам’ятайте про респоднентів, уникайте незрозумілих термінів.
Уникайте двозначності	Уникайте питань, що мають більше одного значення.
Уникайте абстрактних понять	Подбайте про те, щоб теми, яких Ви торкаєтеся, були знайомі респондентам.
Дотримуйтеся стислості і простоти	Завелика кількість інструкцій або занадто складна анкета можуть призвести до втрати інтересу. Зробіть анкету максимально стислою і зрозумілою.

ТИПИ ПИТАНЬ

1. Відкриті питання

Відкриті питання дозволяють з'ясувати думки, позиції респондента у вільному вигляді.

Приклад: “Чому, на Вашу думку, “Екстра” є продуктом вищої якості?”

Відповідь:

.....

(висловіть, будь ласка, власну думку)

Однак такий вид питань необхідно використовувати дуже обережно, тому що відповіді:

- потребують часу;
- їх важко сформулювати стисло;
- їх дуже важко порівнювати з іншими відповідями;
- їх майже неможливо обробити за допомогою програми обробки електронної інформації.

2. Загальні питання

Це питання, що передбачають відповіді “так”/”ні”.

Приклад: “Чи користуєтеся Ви “Екстрою”?”

Так	*Ні*

Відмітьте, будь ласка, відповідь, з якою Ви згодні.

Респондент може не володіти достатніми знаннями для того, щоб відповісти на питання, і тому необхідний третій варіант, тобто “Важко відповісти”.

Приклад: “Чи є “Екстра” дешевшою за товари, що конкурують з нею?”

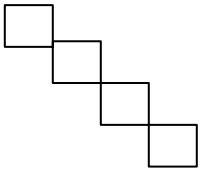
Так	***Ні***	***Важко відповісти***

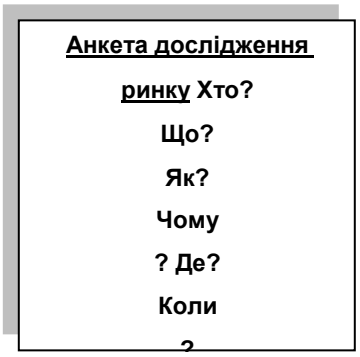
3. Питання з кількома варіантами відповідей

Коли Ви підбираєте ряд можливих відповідей, подбайте про те, щоб він включав усі можливі варіанти. Доведіть до відома респондентів, що їм необхідно обрати тільки один варіант відповіді на питання.

Приклад: “Наскільки кращою є “Екстра” порівняно з іншими схожими продуктами?”

Набагато краща
Краща
Така сама
Гірша





ПІДГОТОВКА ВАШОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

ДІЯ

Використовуючи свій бізнес-план, запишіть шість питань, які могли б сформувати основу анкети.

Приділіть особливу увагу:

- трьом ключовим питанням;
- правилам при розробці анкети;
- порадам щодо формування відповідей;
- типам питань (тобто як їх сформулювати).

Продумайте:

- механізми запису інформації, наприклад, використання номерів і шифрів;
- макет анкети, тобто її форму й обсяг;
- час та місце проведення, а також кількість і характеристики респондентів.

.....

.....

.....

Проаналізуйте власну бізнес-ідею. Назвіть інші методи, які можна застосувати для доказу достовірності/підтримки Вашого проєкту.

.....

.....

.....

ЗАНЯТТЯ 6
ЯК РОЗРОБИТИ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН?

Мета*: навчитися складати бізнес-план та оцінювати підприємство за бізнесовими критеріями*

Під час виконання попередніх завдань ми вже спробували складати бізнес-план за спрощеною формою. А саме зараз ми ще раз розглянемо структуру бізнес-плану та спробуємо скласти його з урахуванням Вашого досвіду та обраного виду діяльності.

Бізнес-план – це документ, що описує основні аспекти майбутнього підприємства, аналізує поточні проблеми бізнес-діяльності, а також визначає способи вирішення цих проблем. Тому правильно складений бізнес-план у кінцевому результаті відповідає на питання – чи варто взагалі вкладати гроші в цю справу, чи буде приносити вона прибутки? Бізнес-план допоможе Вам виключити можливість прийняття помилкових рішень через недостатній досвід у бізнесі.

Ваша особиста участь у складанні бізнес-плану надзвичайно важлива. За кордоном багато банків відмовляються взагалі розглядати заявки на виділення коштів, якщо стає відомо, що бізнес-план з початку і до кінця підготовлений консультантом зі сторони, а керівником тільки підписаний. Це не означає, що не потрібно консультуватись із фахівцями. А у випадку підготовки бізнес-плану для отримання кредиту, обов’язково необхідно користуватись послугами фахівців. Але включаючись у роботу особисто, Ви ніби моделюєте

свою майбутню діяльність, випробовуючи на міцність задум і себе – чи вистачить сил довести його до успіху?

Не існує певної чітко визначеної структури бізнес-плану. Він складається, як правило, в довільній формі. Обсяг бізнес-плану також може бути різний. Він залежить від потреб фірми і може бути різним, та головне, щоб він охопив усі питання, необхідні для Вас, і забезпечив розуміння всіх аспектів майбутнього підприємства.

Як правило, бізнес-план включає такі компоненти:

КОМПОНЕНТИ ТИПОВОГО БІЗНЕС-ПЛАНУ:

Короткі висновки (передмова керівника)
Таблиця змісту

1. *Виклад мети*
2. *Характер бізнесу*
3. *Організація бізнесу та його керівники*
4. *Продукція*
5. *Ринок збуту*
6. *Конкуренція*
7. *План маркетингу*
8. *Потреби в приміщенні та обладнанні*
9. *Потреби в постачанні*
10. *Людські ресурси*
11. *План виробництва*
12. *Фінансовий план*
13. *План менеджменту*
14. *План дій на випадок непередбачених обставин*

Додатки

Зупинимось окремо на кожному з цих компонентів.

Короткі висновки (передмова викладача)

Розкажіть про основне, що стосується Вашої фірми, її стратегії, фінансових можливостей, про те, що в ній може зацікавити інвестора. Стисло висвітліть усі основні пункти бізнес-плану. Для інвесторів передмова керівника відіграє функцію презентації бізнес-проєкту. Вступний розділ включає стисле пояснення типу підприємства, для якого складається план і тип товару, який підприємство продаватиме. Коротка інформація про те, як буде організоване підприємство, де воно знаходитиметься та хто буде ним володіти і керувати. Ринок, на який буде спрямована діяльність підприємства, тобто хто буде клієнтами підприємства та як воно їх зацікавить. Нарешті, необхідно надати коротку інформацію про запланований масштаб діяльності підприємства, обсяг очікуваного збуту, прогнозовані прибутки та початкові фінансові потреби.

Таблиця змісту

У таблиці змісту приводяться найважливіші розділи бізнес-плану та додатків. У додатки повинні входити необхідні матеріали довідкового характеру, пояснення деталей та інших питань бізнес-плану.

1. Виклад мети

Охарактеризуйте основні завдання Вашого бізнесу. Сплануйте власну діяльність, виходячи з таких аспектів:

– функції, які виконує Ваш бізнес;
– типи продуктів та послуг, які Ви пропонуєте;
– ринки збуту товарів або послуг;
– географічний ареал (мікрорайон, район міста, місто_____).

2. Характер бізнесу:

– фінансування та створення Вашого капіталу;
– ринкова ситуація в регіоні;
– юридичні аспекти бізнесу;
– тип Вашого підприємства;
– Чи потрібні Вам ліцензії, дозволи, патенти? Якщо “так”, то які?
– Які вимоги щодо захисту здоров'я і безпеки людей визначені в обраній Вами бізнес-діяльності і як Ви їх будете дотримуватись?
– Чи передбачає Ваш бізнес страхування (клієнтів, найманих працівників, товарів)?

3. Організація бізнесу та його керівники

Цей розділ бізнес-плану описує форму організації підприємства, деталі стосовно реєстрації фірми, видачі сертифікатів та ліцензій. Крім того, цей розділ містить інформацію про власників і керівників підприємства, їх право власності на акції та інші обов’язки в компанії. Ця частина плану часто має додаток, який включає резюме, біографію чи характеристику власника або директора підприємства, їх особисті фінансові звіти та угоди про партнерство або будь-які інші документи про функції залучених до керівництва осіб.

Організація:

- кількість найманих працівників;
- організаційна схема;
- відділи та обов’язки працівників Вашого підприємства.

4. Продукція

У цьому розділі подається детальна інформація про товар, який продає Ваше підприємство, включаючи основні аспекти та особливі його якості. Необхідно детально описати позитивні сторони товару, його характеристики, що привернуть особливу увагу, а також слабкі сторони або обмеження. Також необхідно включити порівнювальні характеристики Вашого товару з конкуруючими.

Опис

Детальний опис продуктів, товарів і послуг, включаючи дані про валовий торг від кожного. Характеристика ринку. Дані про вартість, якість, постачання та асортимент продуктів.

Унікальні характеристики

Опишіть унікальні характеристики продуктів, товарів і послуг, що дозволяють досягти успіху на ринку збуту. Поясніть переваги Ваших товарів/послуг порівняно з товарами/послугами конкурентів.

Нові товари/послуги

Охарактеризуйте тенденції з удосконалення та розвитку товарів/послуг.

5. Ринок збуту

У цьому розділі плану подається дуже детальне визначення ринку збуту товару. Необхідно включити інформацію про те, чому клієнти бажають користуватись даним товаром, та які ключові фактори найбільш вірогідно впливатимуть на рішення покупця.

Ринок

Обсяг ринку / зростання

Стисло опишіть обсяги ринку та прогнозований рівень зростання, асортимент пропонованих товарів і послуг, політику ціноутворення, циклічність і сезонність.

Можна включити оцінку потенційного ринку для кожного продукту. Можна дати обсяг ринку, поданий як сума грошового доходу або кількості проданих одиниць товару/послуг із зазначенням їх середньої ціни.

Вимоги покупців

Поясніть важливість товару, послуги, продукту, які Ви пропонуєте. Оцініть їх відповідність вимогам щодо якості, потреб та стратегії покупців.

6. Конкуренція

Обґрунтований та успішний бізнес-план включає реальну та об’єктивну оцінку сильних і слабких сторін фірм-конкурентів та їх товарів. Сюди також входить інформація про сфери, в яких фірма може зустрітися з конкуренцією з боку інших фірм. Наприклад, компанії можуть конкурувати в питаннях ціни, якості, доступності, стилю, технічних рис товару, допоміжних послуг тощо. Також важливо показати, як конкуренти можуть відреагувати на вступ нового підприємства в ринок, а також вплив їх реакції на Ваше підприємство.

Дайте загальну характеристику конкурентів – кількість і розміри підприємств, труднощі виходу на ринок.

Оцініть позицію компанії, враховуючи можливості постачальників, покупців, фактор існуючих та нових конкурентів.

Визначте основних конкурентів: поясніть сильні та слабкі сторони їх товарів, послуг, технологій, менеджменту, фінансових можливостей, маркетингу (якість, ціна, вартість, сприйняття споживачем); розгляньте їх минулі, теперішні та майбутні стратегії та цілі.

Характеристики конкурентів повинні містити дані про їхні ринки, частку на ринках, стратегічні напрями та маркетинг.

Галузі бізнесу

Розгляньте питання прибутковості обраної Вами галузі бізнесу, специфіку витрат, інтенсивність використання ресурсів.

Географічний ареал

Висновки про обсяг і тенденції зростання цільових ринків обраних Вами товарів, послуг відповідних географічних районів, а також унікальні характеристики цих районів.

Технологія

Рівень складності та розвиненості, рівень змін, нові пристосування, залежність від стану технології, інноваційні можливості.

7. План маркетингу

Ця частина плану описує стратегію та методи маркетингу і збуту продукції, товару/послуг. Сюди входить встановлення ціни на товар/послугу, реклама, поширення товару/послуги та їх підтримку, а також види оплати. Це також включає аналіз частки ринку та обсягу збуту, який планується досягти.

План маркетингу

✓ Проаналізуйте розвиток ринку (зміни у стані ринку в порівнянні з минулим, яке підприємство є провідним у даній галузі, хто його конкуренти, який попит, пропозиція і ціни).

✓ Опишіть свій продукт чи послугу.

✓ Опишіть основних конкурентів, їх сильні та слабкі сторони, порівняйте свою продукцію з продукцією конкурентів.

✓ Вкажіть переваги та відмінності Вашої продукції в порівнянні з продукцією Ваших найближчих конкурентів.

✓ Вкажіть, яку користь отримає споживач від товару чи послуги, який (яку) Ви пропонуєте.

✓ Які методи маркетингу Ви збираєтесь використовувати для залучення клієнтів (способи інформування клієнтів)? Які методи приносили успіх іншим?

✓ Проаналізуйте цільовий сегмент ринку.

✓ Поясніть, у чому полягає цінність кожного нового клієнта для Вашої фірми?

✓ Вкажіть ціну товару/послуги.

✓ Складіть план впровадження товару/послуги.

✓ Продумайте, скільки грошей Ви готові витратити для залучення кожного нового клієнта?

✓ Скільки клієнтів Вам потрібно для отримання бажаного доходу?

✓ Підрахуйте орієнтовний бюджет на рекламування товару/послуги.

✓ Який відсоток доходу Ви готові витратити на маркетинг?

✓ Продумайте, як Ви можете перевірити свої ідеї на ринку, не витрачаючи всі гроші, призначені для маркетингу?

✓ Які нові засоби маркетингу свого підприємства Ви можете ще застосовувати?

✓ Оберіть прийнятну для Вас стратегію і тактику реклами (огляд засобів масової інформації, основні терміни, попередній огляд витрат).

✓ Опишіть організацію прямої продажі (мету, засоби і способи доставки і вартість).

✓ Зробіть огляд цінової політики.

✓ Опишіть специфіку і способи ціноутворення, порівняйте з іншими товарами.

✓ Опишіть стратегію та канали постачання.

✓ Продумайте основні цілі на найближчий рік, додаткові цілі, критерії успіху чи невдач, сплануйте заходи, які необхідні для успіху Вашої бізнес-діяльності.

8. Потреби в приміщенні та обладнанні

Цей розділ бізнес-плану включає інформацію про джерела постачання, витрати, форми оплати, для того щоб дати відповіді на такі питання:

- Який тип будівлі, приміщення, земельної ділянки потрібен?

- Яке обладнання, механізми, інструменти та інші допоміжні засоби потрібні для виробництва, підтримки виробничого процесу, маркетингу та управління.

9. Потреби в постачанні

У цьому розділі бізнес-плану визначаються різні види поставок, які потрібні як для виробництва, так і для ведення бізнесу загалом. Такі поставки включають сировину, пальне, комунальні послуги, запасні частини, інші матеріали, готові вироби та, можливо, певні послуги. У цей розділ необхідно включити інформацію, яка уточнює види поставок, необхідний їх обсяг, джерела постачання, витрати на виробничі фактори, форми оплати тощо.

10. Людські ресурси

У цьому розділі йдеться про необхідний для даного підприємства штат робітників. Сюди також входить характеристика функцій керівництва та осіб, що працюють за тимчасовою угодою чи контрактом. Тут вказуються посади працівників та їхні характеристики (освіта, навички, досвід, здібності, можливості тощо), необхідні для виконання обов'язків на тій чи іншій посаді. Потрібно надати детальну інформацію стосовно того, хто буде займати ці посади та/або як буде проводитись набір людей на ці посади. Дайте відповідь на питання:

- Які види робіт будуть виконуватися (виробництво, продаж, управління...) та які специфічні завдання характеризують кожний вид?

- Навички і вміння, необхідні для виконання кожної із робіт, або специфічні для кожної із робіт.

- Хто визначає навички? Який досвід цих людей і яке навчання вони пройшли (детально описати)?

- Які роботи не можуть виконуватися людьми, що будуть займатися даним бізнесом?

- Чи можна їх цьому навчити, чи потрібно наймати додатковий персонал?

- Яке навчання Ви використаєте?

11. План виробництва

Цей розділ показує, як буде організована виробнича діяльність нового підприємства. У ньому визначаються основні аспекти та компоненти виробничого процесу, включаючи його позитивні та негативні сторони. У цей розділ також входить складання графіка виробництва, опис необхідних товарно-матеріальних запасів та інвентаря, перевезень, організація роботи людських ресурсів тощо.

12. Фінансовий план

У цьому розділі йдеться про прогнози щомісячних доходів і грошового потоку на перший рік (до трьох років) функціонування фірми. Підприємства, що продають різні товари, розробляють окремі прогнози для кожної групи товарів. Ці показники потім підсумовуються, щоб отримати сукупний "найбільш вірогідний" прогноз доходів. Більшість фірм включають у цей розділ "найбільш вірогідний прогноз доходів", але сюди також можуть входити "оптимістичний" і "песимістичний" прогнози як шляхи найбільш повного опису потенційних показників доходів підприємства.

Також цей розділ надає об'єднану інформацію про всі витрати, пов'язані з роботою підприємства. У ньому показано, яких витрат зазнаватиме підприємство на стадії заснування та якими будуть виробничі витрати. Виробничі витрати перераховуються щомісячно на період від одного до трьох років. Витрати поділяються на постійні та змінні.

Фінансовий план об'єднує дані прогнозу доходів та витрат для того, щоб визначити потреби в початковому капіталі та доходи протягом одного-трьох років роботи фірми. Фінансовий план включає звіт про доходи, прогнози грошового потоку та балансові звіти на період від одного до трьох років. Цей розділ також надає аналіз потреб у початковому фінансуванні, джерела фінансування та організації виплати цих коштів. Крім цього, у розділі розглядається фінансовий ризик та його можливі наслідки.

–Яку кількість одиниць товару/послуги Ви розраховуєте продавати за тиждень?

–Чи змінюється рівень продажу протягом року?

–За якою ціною Ви розраховуєте продавати Ваш товар /послугу?

– Додаткова інформація щодо прибутків Вашого бізнесу;

–Які показники вказують на неефективність бізнес-діяльності?

–Які заходи необхідно впровадити для поліпшення ситуації?

Витрати

Вкажіть, як часто Ви будете нести ці витрати (раз на тиждень, раз на місяць, раз у квартал).

–Вартість сировини на одиницю продукції (на тиждень, на місяць).

–Кількість працюючих і зарплата кожного з них (на тиждень, на місяць).

– Орендна плата. Чи потрібна попередня оплата?

– Оплата комунальних послуг, світла, газу, води, опалення тощо.

– Оплата телефонного зв'язку (встановлення).

–Витрати на транспортне обслуговування, (пальне, техогляд, ремонт).

–Витрати на придбання та утримання інструментів і обладнання.

–Витрати на канцелярські товари.

–Витрати на рекламу: рекламні надписи, акції тощо.

–Витрати на страхування: транспорту, працівників, підприємства, приміщення.

–Витрати на юристів, консультантів тощо.

–Інші витрати.

13. План менеджменту

У цьому розділі пояснюється управлінська структура підприємства. Тут визначається хто за що відповідає, які звіти треба складати, як проводити поточний контроль за роботою фірми. Питання:

Які щоденні завдання управління?

Яким чином будуть вирішуватися різні функції управління бізнесом (наприклад, продаж, адміністрація, виробництво, забезпечення послуг, фінанси)?

Хто конкретно буде відповідати за окремі сфери управління і як?

Які види зборів будуть проводитися і як часто? Які питання будуть вирішуватися на цих зборах?

Чи будуть у Вашому бізнесі окремі відділи? Якщо "так", то як це буде організовано?

План менеджменту

1. Підбір персоналу:

–Який персонал Вам потрібен (кількість працівників)?

–Які стандартні вимоги до персоналу (рівень освіти, практичні навички, досвід управлінської діяльності тощо)?

2. Мотивація персоналу:

–Яка мотивація праці персоналу (рівень заробітної плати, стабільність доходів, постійна чи тимчасова зайнятість)?

3. Створення сильної команди:

–Що таке команда?

–Які бувають ролі в команді?

–Як розвивати навички роботи в команді?

–Чи завжди хороший фахівець – член команди?

4. Організаційна структура:

–Для чого потрібні функціональні обов'язки, чи повинні різні співробітники виконувати однакові функції?

–Скільки штату потрібно?

–Горизонтальна чи вертикальна організаційна структура?

–Як часто потрібно змінювати структуру компанії?

14. План дій на випадок непередбачених обставин

Останній розділ основної частини типового бізнес-плану розглядає ті проблеми, які можуть виникнути в ході функціонування фірми. Тут проводиться аналіз потенційних зовнішніх загроз для діяльності фірми та їх наслідки. Треба оцінити ступінь вірогідності певних проблем і визначити засоби безпеки, альтернативні плани та механізми, за допомогою яких долатимуться перешкоди. Слід розглянути ефективність альтернативних планів.

Критичні питання / ризики

Назвіть і опишіть усі бар'єри і проблеми, які мають бути вирішені, щоб гарантувати успішне виконання бізнес-плану.

Визначте потенційні фактори, що можуть вплинути на успіх стратегії, вірогідність цих ризиків та їх вплив на бізнес; для факторів високого рівня вірогідності мають бути запропоновані альтернативні стратегії дій.

План непередбачуваних обставин і витрат описує основні ризики та стратегічні питання, що можуть вплинути на досягнення цілей. Ці ризики мають бути виражені в сумах витрат від кожного продукту. Має бути проаналізовано кожне з ключових стратегічних питань і в разі доцільності запропоновано плани реагування компанії на них.

ДОДАТКИ

Додатки використовуються для підкріплення та пояснення питань, що згадуються в основній частині плану. Як вже говорилося, довгі пояснення або детальна інформація, що можуть перервати логічну послідовність плану, повинні надаватися в додатку. Часто бізнес-плани мають декілька додатків.

ТЕСТ

ДІЯ

1. Яким Ви бачите обсяг виробництва та прибутків Вашого підприємства протягом кожного з п'яти наступних років?
   .....
   .....
2. Скільки коштів Вам необхідно, щоб почати свій бізнес, та які джерела фінансування будуть використані – кредити чи власний капітал?
   .....
   .....
3. Яке місце фірма посяде в тій загальній бізнесовій системі, де вона діятиме (тобто у виробництві, роздрібній торгівлі тощо)?
   .....
   .....
4. Визначте форму власності Вашого підприємства (кому воно належатиме?) Наприклад, приватна власність, колективна (акціонерна), товариство з обмеженою відповідальністю.
   .....
   .....
5. Які юридичні права має Ваше підприємство? Чи знаєте Ви про обов'язки Вашого підприємства?
   .....
   .....
6. Яких юридичних заходів варто вжити, щоб захистити інтереси Вашого підприємства? Розгляньте питання патентування, авторських прав, контрактів працівників, домовленостей про нерозголошення комерційної таємниці тощо.
   .....
   .....
7. Від яких ризиків Ви плануєте застрахуватись? Як? За які збираєтесь відповідати самі? Розгляньте питання страхування майна, відповідальність за якість продукції, страхування від нещасних випадків на виробництві, медичне страхування тощо.
   .....
   .....
8. Якими будуть ключові мотивації Ваших працівників? Розгляньте питання оплати за ефективність роботи, преміювання, постійну зайнятість.
   .....
   .....
   Додайте будь-які інші бізнесові стратегії, необхідні для Вашого підприємства.
   .....
   .....

ПРОЄКТ
РОЗРОБКА БІЗНЕС-ПЛАНУ

ДІЯ

Мета: Ви повинні розробити бізнес-план власного бізнесу.
Планований результат: відпрацювання навичок складання бізнес-плану.
Час роботи: 2 години.
Форма навчальної роботи: мала група.
Тип групи: 5 учасників.
Завдання для групи:

1 учень – разом з іншими учасниками групи визначає ідею бізнес-діяльності, вміння та навички кожного учня. Чи відповідають вони тим вмінням, які необхідні для визначеного виду діяльності?

2 учень – визначає клієнтуру, стратегії їх пошуку, а також можливих конкурентів.

3 учень – визначає:

1. Що необхідно для започаткування справи?
2. Який початковий капітал є в наявності?

4 учень – визначає:

1. Чи в змозі Ви отримати прибуток?
2. На чию допомогу Ви можете розраховувати і в якому обсязі?

5 учень – визначає:

Як Ви організуєте бізнес-діяльність: розподіл повноважень?

Коментарі для учнів

Ви повинні представити один проєкт від усієї групи, з яким усі погодяться. Кожен із членів групи виконуватиме особисте завдання, яке впливає на успішність роботи всієї групи. Тому кожен учень повинен відчувати свою відповідальність та значущість.

Критерії успіху

Ваша група успішно виконає завдання, якщо:

–*Ви розробите проєкт, з яким усі будуть згодні;*
–*Ваша доповідь (презентація) буде чітко сформульована і викладена;*
–*Ваші аргументи та обґрунтування будуть переконливими.*

Очікувана поведінка

Ми очікуємо побачити, що Ви працюєте разом, допомагаючи один одному, відповідально виконуючи завдання. Проблеми, які виникнуть при виконанні проєкту, намагайтеся вирішити самостійно в своїй групі.

Оцінювання

За виконання проєкту Ваша група отримає одну загальну оцінку.

ЗАВДАННЯ 7

ПІДСУМКОВЕ ЗАВДАННЯ

Мета*:* систематизувати, узагальнити зміст практикуму та забезпечити контроль засвоєння знань і вмінь

ДЕБРИФІНГ

Малою групою учнів зробіть аналіз роботи кожного учасника.
Дайте відповідь на запитання: Чия бізнес-ідея є життєздатною, чому?
Відмітьте особисті успіхи та недоліки, яких варто запобігати в майбутньому.
Обговоріть результати Вашої роботи над практикумом. Зробіть висновки.

Висновки:

Головні настанови після виконання практикуму "РОЗРОБЛЯЄМО ТВІЙ ВЛАСНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН":

Які головні висновки Ви зробили, виконавши завдання практикуму

ПРИМІТКА!

Бізнес-план організації малярно-кузовного цеху – у Розділі IV

Розділ 3
ПОЗАНАВЧАЛЬНІ ЗАХОДИ

Конкурс

ЕКОНОМІЧНИЙ БРЕЙН-РИНГ

Мельникова Тетяна Олександрівна,
викладач Вищого професійного училища №25 м. Хмельницького

e-mail: melnikovata@ukr.net

Конкурс
ЕКОНОМІЧНИЙ БРЕЙН-РИНГ

Мета: Розповісти учням про необхідність вивчення економіки як науки, про стрімкий розвиток економічної науки, про широке застосування ПК у житті сучасної економічної людини. Виховувати в учнів зацікавленість до економічної науки, бажання отримувати нові знання з економічної теорії.

Ведучий:

Дорогі друзі! Вітаємо Вас на економічному брейн – рингу «Економікс». Під час навчання в нашому закладі ви вивчали економіку – широку галузь знань і новітніх технологій, пов'язаних з економічною та інформаційною діяльністю людини. Економіка як наука стала необхідною складовою освіти сучасної людини. Як ви засвоїли певні знання на уроках економіки та навчились застосовувати їх у житті й покаже наша сьогоднішня зустріч.

На сцену запрошуються команди учасників конкурсу. (Команди займають свої місця).

Ваші знання буде оцінювати компетентне журі у складі:

Голова – _____

Члени журі – _____

_____

Гра складається з 6 раундів:

1 раунд – «Розминка».

2 раунд – «Економічні загадки».

3 раунд - «Ти мені – я тобі».

4 раунд - «Дай відповідь».

5 раунд – «Конкурс капітанів».

6 раунд – «Презентація».

У кожному раунді команда може отримати певну кількість балів. Відповідати на запитання гри може будь-який член команди. За неповну і нечітку відповідь бал не додається. Якщо команди не можуть дати відповіді на запитання, то їм допомагають глядачі в залі. Хто першим підніме руку і дасть правильну відповідь, той зможе заробити для команди, за яку вболіває 0,5 бала. Отже, давайте пограємо!

1 раунд – «Розминка»

Для того, щоб активізувати вас до роботи, розпочнемо гру з розминки. Із запропонованих наборів букв складіть економічні терміни. Кожна правильна відповідь оцінюється в один бал. Кожній команді пропонується по 5 термінів. На виконання завдання 5 хвилин. Якщо одна із команд виконає завдання раніше – додається бонусний бал.

1 команда.

у, т, к, а, с, і, н, р, ф, а, р, т, у, р (інфраструктура)

о, я, м, о, н, л, о, і, п (монополія)

т, о, п, и, к, а, д (податки)

з, п, і, я, п, о, и, ц, о, р (пропозиція)

ф, т, і, ц, д, и, е (дефіцит)

2 команда

о, є, п, в, т, ц, м, і, д, п, н, и, р, и (підприємництво)

я, г, о, л, о, і, п, о, л, і (олігополія)

б, и, п, о, т, у, к, р (прибуток)

а, р, і, н, о, в, а, г, в (рівновага)

м, а, к, е, а, л, р (реклама)

2 раунд «Економічна загадка»

Командам по черзі задаються економічні загадки, на які вони повинні дати відповіді. Правильна відповідь – 1 бал. Відповідати потрібно швидко.

Загадки

1) Половинку від зарплати
Називають як, хлоп'ята?
АВАНС

2) Та бумага не проста,
І володар її знає,
Що вона йому раз в рік
Дивіденди принесе.
АКЦІЯ

3) У цій фірмі всі бувають,
Бланк спочатку заповняють,
Вносять в касу платежі.
Що за заклад, підкажи?
БАНК

4) Скільки купили ви ковбаси,
Стрілкою покажуть вам точно ...
ВАГИ

5) Із якого апарату
Видається нам зарплата?
БАНКОМАТ

6) Прибуток на фірмі він визначає,
Всім зарплату начисляє.
І податки всі він знає,
Рахувати поспішає.
БУХГАЛТЕР

7) Справи в нас підуть на лад:
В кращий банк внесли ми ...
ВКЛАД

8) Як трудився цілий рік,
Буде кругленьким ...
ДОХІД

9) І лікарю, і акробату
Видають за працю ...
ЗАРПЛАТУ

10) Приносити доходи став
В банку татів ...
КАПІТАЛ

11) За сметану, хліб і сир
В касі чек проб'є ...
КАСИР

12) Трішки помилишся – в той же момент
Ринок захопить твій ...
КОНКУРЕНТ

13) Щоб зберігати свої грошенята
На кишенькові витрати,
Хрюшка потрібна мені,

Та, що з діркою на спині.

КОПІЛКА

14) Дуже смачна вітрина
М'ясного ...

МАГАЗИНА

15) Шумлять струмки, намокли п'ятки,
Весна! Пора платить ...

ПОДАТКИ

16) Меблі, хліб і пластівці
Продають нам ...

ПРОДАВЦІ

17) На гривну – копійки, на долари – центи,
Біжать – набігають у банку ...

ПРОЦЕНТИ

18) Як дитини немає без мами,
Так і збуту нема без ...

РЕКЛАМИ

3 раунд – «Ти мені – я тобі»

Команди ставлять одна одній по черзі по 5 завчасно підготовлених запитань. Надається 1 хв. на обговорення відповіді.

4 раунд – «Дай відповідь»

Ведучий дає визначення економічних понять, а гравці називають їх. Команда, яка швидше визначить, про яке поняття йдеться, отримує 1 бал (час на обговорення 1 хв.).

1. Товар, який стихійно виділився з світу товарів, щоб відігравати роль загального еквіваленту (гроші).
2. Документ, що посвідчує якість товару (сертифікат).
3. Обсяг продукції, що виготовлений на території держави, як її громадянами, так і громадянами інших держав за рік (ВВП).
4. Процес суперництва між товаровиробниками, постачальниками і покупцями товарів за найвигідніших умов їх виробництва та реалізації (конкуренція).
5. Дохід власника землі (рента).
6. Обов'язкові платежі, які здійснюють фізичні і юридичні особи в бюджет. (податки).
7. Перевищення видатків над доходами (дефіцит).
8. Грошове вираження вартості товару (ціна).
9. Мета заради якої працюють підприємства (прибуток).
10. Кількість товарів і послуг, яку бажають продати продавці на ринку (пропозиція).
11. Капіталовкладення, що здійснюються особами, фірмами, банками та іншими структурами для отримання прибутку(інвестиції).
12. Процес при якому здійснюється виготовлення товарів і послуг (виробництво).
13. Самостійний суб'єкт господарювання, який здійснює свою діяльність з метою одержання прибутку (підприємство).
14. Доходи, які отримують власники акцій(дивіденди).

А зараз музична пауза, під час якої журі узагальнює результати 4 раундів.

Наступний раунд «Конкурс капітанів», який дасть можливість капітанам команд заробити додаткові бали для команди.

5 раунд – «Конкурс капітанів»

Капітани обох команд запрошуються до дошки. Ведучий задає запитання та варіанти відповідей. Капітани по черзі називають ту букву, яку він вважає за правильну відповідь. Правильна відповідь оцінюється в 2 бали.

1. Страхова компанія, в якій працюють 113 осіб – це:
а) мале підприємство;
б) середнє підприємство;
в) велике підприємство;
г) середнє з обмеженою відповідальністю.

2. ПП "Вакула" – це:
а) фірмовий знак;
б) назва фірми;
в) фірмове ім'я;
г) фірмова продукція.

3. Ринок – це:
а) товарно-грошові відносини між продавцем та покупцем;
б) місце, де щось купують, або продають;
в) назва газети;
г) місце товарно-грошових махінацій.

4. Фінансова установа, де гроші роблять гроші, називається:
а) біржа;
б) банк;
в) аукціон;
г) монетний двір.

5. Чи може "Приватбанк" надрукувати гроші:
а) як вирішить керівництво банку;
б) так, тому що це найбільший банк в Україні;
в) ні;
г) як вирішить президент;
д) як розпорядиться Валютний фонд.

6-й раунд – «Презентація»

Кожна команда презентує заздалегідь підготовлену рекламу ВПУ №25. Перемагає в цьому раунді та команда, презентація якої була найоригінальнішою за змістом і формою, у якій наявні елементи гумору (10-20 балів).

Ведучий:

А зараз журі підведе підсумки по 5 та 6 раунду окремо та за змагання в цілому.

(Слово журі, вітання переможців).

Ведучий:

В якій би галузі не працювала людина, їй необхідно знати економічні закони та оперувати економічними поняттями.

Надіюсь, що всім вам вдасться застосовувати отримані знання в житті, що допоможе в майбутньому з легкістю переносити всі економічні труднощі. Сміло та впевнено оволодівайте новими знаннями, тому що знання – це сила людини.

Ділова гра

КАР'ЄРНІ СХОДИНКИ: ВІД ФАХІВЦЯ ДО ПІДПРИЄМЦЯ

Маринка-Сиромятнікова Ольга Вікторівна,
методист Науково-методичного центру
професійно-технічної освіти у Харківській області

e-mail: pr.nmc@ptukh.org.ua

ДІЛОВА ГРА

КАР'ЄРНІ СХОДИНКИ: ВІД ФАХІВЦЯ ДО ПІДПРИЄМЦЯ

Мета: виконання успішної підприємницької діяльності, а саме: підвищення мотивації до успіху, креативності, орієнтації на майбутню перспективу, розвинення комунікації, гнучкості мислення, адаптивності. У процесі ділової гри її учасники зможуть вивчити правила взаємодії, які панують між учасниками ринкових відносин, розкрити та розвинути в собі професійні, комунікативні вміння та навички, отримати базові знання про підприємницьку діяльність, навчитися досягати успіху в командній роботі.

***Обладнання*:** матеріали для проведення ділової гри, фліпчарт, папір, бейджики, ручки, кольорові олівці, комп'ютер.

***Структура ділової гри*:**

Вступ. Знайомство.
Розкриття мети ділової гри (11 хв.).
Мозковий штурм (5 хв.).
Інформаційне повідомлення (7 хв.).
Вправа «Видатні підприємці світу» (10 хв).
Інформаційне повідомлення (3 хв.).
Вправа «Якості підприємця» (7 хв.).
Вправа «Знайди зайве» (3 хв.).
Вправа «Я аналітик» (7 хв.).
Інформаційне повідомлення (3 хв.).
Вправа «Рефлексія» (5 хв.).
Вправа «Відкриття власної фірми» (7 хв.).
Інформаційне повідомлення (3 хв.).
Вправа «Плюси та мінуси реклами» (5 хв.).
Вправа «Сила реклами» (5 хв.).
Гра «Рекламна компанія» (7 хв.).
Підведення підсумків ділової гри. «Веселий кросворд». Тест (7 хв.).

Вступ.

Розкриття мети ділової гри (3 хв.).

Ведучий: Добрий день, шановні учні! Сьогодні вам пропонується взяти участь у діловій грі, яка передбачає, що ви з усією серйозністю приймете правила гри і пропоновані життєві обставини. Успіх гри залежить від вашої здатності втілитися в життєві ролі і прийняти ситуацію. Вам буде надана можливість показати свої підприємницькі, організаторські, комунікативні здібності.

Майбутній фахівець своєї справи, який хоче досягти успіху на ринку праці, побудувати кар'єру перспективного підприємця, повинен не тільки досконало володіти знаннями своєї професії, вміти їх поповнювати і збагачувати під впливом швидких змін ринкової економіки країни, раціонально застосовувати їх на практиці, а й володіти теоретичними і практичними аспектами підприємницької діяльності.

Майбутній підприємець повинен бути досить творчою і впевненою у собі особистістю, працелюбною, схильною до розумного, виправданого ризику, ретельно оцінювати мінуси та плюси своєї діяльності. Наша ділова гра допоможе пройти віртуальний шлях від фахівця до підприємця, допоможе розкрити ваші ініціативи, активності та здібності.

Вправа «Цікаве ім'я» (3 хв.)

Мета: Підготувати учасників гри до роботи, створити комфортну атмосферу, задати гарний настрій, зосередити учасників на спільній роботі, сприяти знайомству за допомогою розповіді про своє ім'я.

Хід проведення: Учасники розміщуються на стільцях по колу. Ведучий пропонує кожному розповісти щось цікаве, кумедне, незвичайне про власне ім'я, щоб допомогти іншим запам'ятати його та асоціювати з конкретною особою члена гри.

Вправа «Особистий момент» (5 хв.)

Мета: криголам, згуртованість колективу, позитивний настрій на роботу в команді.

Хід проведення: Учасники розміщуються по колу. Кожний повинен знайти в собі будь-яку річ, яка б була цінною, цікавою для інших, але звичною для себе. Розповісти групі, від імені цього предмету, про себе (наприклад, «я – олівець Тетяни, знаю її недавно, але можу розповісти про неї таке...»).

Мозковий штурм (5 хв.).

Відповіді учнів фіксуються на фліпчаті.

- ✓ Що таке підприємницька діяльність?
- ✓ Чи кожна людина може стати підприємцем?
- ✓ Від чого залежить успіх підприємницької діяльності?

Аналіз відповідей учнів стосовно мозкового штурму.

Інформаційне повідомлення (7 хв.)

Підприємництво як явище економічного життя має в нашій країні глибоке коріння. На розвиток підприємництва в Україні величезний вплив здійснило тривале існування кріпосного права, наявність сильної державної влади, яка жорстко контролювала соціально-економічні процеси. Під підприємництвом розуміємо історично сформовану економічну діяльність приватних осіб, організацій, підприємств і держави, здійснювану з метою досягнення нових результатів, задоволення суспільних та індивідуальних потреб, пов'язану зі свободою, з конкурентною боротьбою і відповідальністю.

Сьогодення диктує нам дещо інше розуміння цього поняття. Під підприємництвом розуміється «економічно вільна новаторська діяльність, пов'язана з ризиком, відповідальністю і конкурентною боротьбою, що має на меті досягнення нових результатів, задоволення особистих і суспільних потреб». Водночас слід зазначити, що підприємництво – це особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується такими ознаками:

- самостійна діяльність, діяльність «за свій рахунок»; головне, на чому тримається підприємницька діяльність – це власність підприємця;
- ініціатива, творча діяльність; основою здійснення підприємницької діяльності є власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід;
- систематична діяльність; підприємницька діяльність повинна бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом та обов'язково офіційно зареєстрованою;
- діяльність, що здійснюється на власний ризик, під власну економічну (майнову) відповідальність.

Метою підприємницької діяльності є одержання прибутку чи власного доходу.

Кожна діяльність виконує певні ФУНКЦІЇ:

Новаторська – сприяння процесу генерації ідей, створення нових товарів і надання нових послуг.

Організаційна – впровадження нових форм та методів виробництва.

Господарська – найефективніше використання трудових, матеріальних, інтелектуальних, інформаційних ресурсів.

Соціальна – виготовлення товарів і послуг необхідних суспільству.

Особистісна – самореалізація власної мети підприємця, отримання задоволення від своєї роботи.

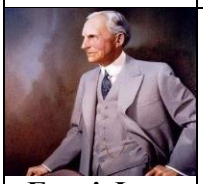
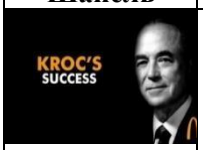
Вправа «Видатні підприємці світу» (10 хв.)

Мета: ознайомитися з видатними підприємцями світу, розкрити сутність підприємця.

Будь-яке підприємство не може існувати без лідера, рульового, а саме підприємця. Давайте з вами подивимось на екран та відповімо на деякі питання.

Демонстрація відеоролика «Видатні підприємці світу»

Приклад інформації для відеоролика

 Стів Джобс	Один з батьків-засновників Apple і кіностудії Pixar, був відрахований з престижного коледжу після першого ж семестру. А початок своєї кар'єри комп'ютерний геній присвятив пайці комп'ютерних плат в гаражі і спробам здати їх на реалізацію в найближчі магазини. Хто б міг подумати, що ці кустарні вироби зіграють свою роль в історії і через десятки років світ буде захоплюватися iPhone, iPad, і Mac?
 Білл Гейтс	Мабуть, усі чули про цього чоловіка. Адже саме він співзасновник Microsoft і дотепер зберігає за собою звання одного з найбагатших людей світу. Щоправда, тепер він у списку другий, але це не принципово. Адже в кишенях цього чоловіка шелестять стільки папірців, скільки ми в житті не бачили. Його статок складає понад 100 мільярдів доларів.
 **Генрі Форд**	Талановитий засновник всім відомої фірми з виробництва автомобілів був не менше талановитим керівником, розробником власної системи організації праці.
 Роман Абрамович	Відомий як «алюмінієвий магнат», заробив свій капітал невгамовною працездатністю.
 Коко Шанель	Ця красуня не лише з успіхом підкорювала серця чоловіків, а й стала головною законодавицею моди. Коко Шанель переконала всіх жінок, що для того, щоб бути неперевершеною, необов’язково бути молодою і красивою. Всі речі, придумані та популяризовані нею, були водночас прості, зручні та надзвичайно елегантні та залишаються популярними по сьогодні в тому чи іншому вигляді.
 **Реймонд Крок**	Американський підприємець, ресторатор, один з перших власників мережі ресторанів McDonald's. Включений журналом «Тайм» в число «100 найбільш важливих людей століття».

Запитання для обговорення: Чи впізнали ви цих людей? Що їх об'єднує? Чи досягли вони успіху в своїй діяльності? Що їм допомогло?

Інформаційне повідомлення (3 хв.) Психологи визначають підприємництво як ділову творчість. Якщо це творча справа, то її виконання потребує від людини певних специфічних здібностей. Не можна з будь-якої людини зробити підприємця, можна тільки навчити її деяким знанням і навичкам, створити необхідні умови для підприємництва. Рушійні сили підприємництва значною мірою полягають у самій людині, її ініціативі, активності, здібностях.

Бізнес – це жорстка конкуренція, постійна напруга, азарт боротьби і самоствердження, як у спорті, актуалізація своїх здібностей і обдарованості, як у художній творчості.

Вправа «Якості підприємця» (7 хв.)

Ведучий: А зараз я пропоную вам трохи поміркувати. Якими якостями повинен володіти підприємець? Для цього пропоную поділитися на три підгрупи та на аркушах записати якості, якими повинна володіти людина, щоб стати підприємцем? Після роботи в групах, претендент з групи презентує рішення колективу та обґрунтує відповідь, яка фіксується на фліпчарті.

Висновок

Отже, для досягнення успіху в підприємницькій діяльності необхідні певні *риси особистості* та ділові якості:

- ініціативність, рішучість, сміливість, азартність, схильність до розумного ризику, наполегливість, незалежність, самостійність, відповідальність;
- честолюбство, мобільність, прагнення до нового, вміння передбачати, адаптуватись до змін;
- оптимізм, уміння протидіяти невдачам;
- комунікабельність, уміння працювати з людьми та впливати на них, встановлювати зв'язки;
- самовіддача, фанатичне захоплення ділом, працьовитість (підприємець повинен працювати більше, ніж його працівники, уміти витримувати високе навантаження, працювати по 12-16 годин на добу);
- порядність і чесність, надійність, вірність даному слову;
- висока компетентність та ерудиція (підприємець повинен володіти знаннями з технології, економіки, психології, інноватики, політики, юриспруденції, фінансів, маркетингу);
- уміти організувати взаємодію різних спеціалістів, тобто бути універсалом.

Підприємець – це людина (або група людей), що бере на себе ризик і відповідальність за організацію та управління комерційною діяльністю.

Займатися підприємницькою діяльністю – теж саме, що їхати на велосипеді – або ви рухаєтесь уперед, або падаєте.

Вправа «Знайди зайве» (3 хв.).

Ведучий: А зараз я видам вам аркуші, де надруковані якості людини, які можуть не тільки допомагати, а й заважати підприємцю в його діяльності. Необхідно знайти їх та підкреслити. А потім по черзі назвати одну з них та розповісти, чому саме ця якість особистості може заважати підприємцю.

Якості особистості: Рішучість, скромність, невпевненість у собі, категоричність, винахідливість, м'якість, педантичність, довіра, оптимізм, песимізм, комунікабельність, замкнутість, працелюбність.

Вправа «Я аналітик» (7 хв.).

Мета: навчитися самостійно мислити, аналізувати бренди, навчитися працювати у команді.

Ведучий: Отже, щоб бути підприємцем, важливо мати аналітичний склад розуму. Я пропоную вам знову поділитися на три підгрупи **(Додаток 1)** та побути трохи аналітиками, проаналізувати три відомі бренди за допомогою наступних питань:

- Якій продукт випускає цей бренд?
- Чим саме він відрізняється від інших брендів, які випускають ідентичну продукцію?
- Для кого випускається цей продукт? Його цільова аудиторія?
- Яку проблему здатен вирішувати цей продукт?
- Назвіть інші бренди, що випускають таку ж продукцію?
- За допомогою чого цей продукт має успіх на ринку?

Бренди для аналізу у підгрупах
Зразки брендів **(Додаток 5)**

Інформаційне повідомлення (3 хв.)

Для того, щоб створити прибуткове підприємство та стати успішним підприємцем у своєму регіоні, необхідно володіти такими поняттями, як ринок, цільова аудиторія, конкуренти, суть продукту чи послуги.

Ринок – спосіб зв'язку покупців і продавця для визначення цін, кількості товарів та послуг, що сприяє вирішенню трьох економічних завдань: Що виробляти? Як виробляти? Для кого виробляти?

Результат діяльності ринку – встановлення балансу між покупцем та продавцем.

ПОПИТ=ПРОПОЗИЦІЇ. Кожен підприємець знає свій ринок, постійно аналізує клієнтів та конкурентів.

Вправа на рефлексію «Ураган» (5 хв.)

Мета: рефлексія, переключення між вправами.

Хід проведення: Учасники сідають по колу, ведучий знаходиться в центрі. За сигналом учасники, які мають спільні ознаки (колір очей, деталь одягу, стать тощо) мають помінятись місцями. Той, хто не сів на стілець, стає ведучим. Якщо ведучий довго не може сісти, то говорить слово «Ураган», і тоді всі учасники міняються місцями.

Вправи для проведення рефлексії подані у **Додатку 2**.

Вправа «Відкриття власної фірми» (7 хв.).

Мета: розвиток комунікативних вмінь та навичок, відповідальності за роботу в команді, професійних уподобань.

Ведучий: Ми вже знаємо з вами, що таке підприємницька діяльність, можемо назвати функції підприємства, підприємець, якими рисами він володіє, що таке ринок. Спробуємо відкрити власне підприємство. Діяльність кожного підприємства неможлива без колективу. На ваших столах лежать бейджики з надписами співробітників фірми: юрист, менеджер з реклами, бухгалтер, секретар, водій, аналітик. Я пропоную вам у робочих підгрупах вибрати людей, які будуть відповідати у вашій фірмі цим посадам, та директора, який презентує свою фірму, розповість про співробітників і вид діяльності фірми. Щоб вирішити, яка команда буде першою, проведемо жеребкування за допомогою ігор (їх подано у **Додатку 1).** Щоб було легше створити фірму, користуйтеся питаннями-підказками.

Питання-підказки:

1. Як називається ваша фірма?
2. Який продукт чи послугу вона виробляє?
3. Склад вашої фірми?
4. Які обов'язки мають співробітники фірми?

Інформаційне повідомлення (3 хв.).

Ведучий: Підприємницька діяльність не може бути успішною без яскравої, цільової презентації товару чи послуги, яку вона виробляє. Реклама допомагає швидше продати товар та приносить популярність підприємству.

Реклама – процес донесення інформації від рекламодавця до цільової аудиторії, комерційний засіб, засіб масової інформації, створений для того, щоб стимулювати збут продукту чи послуги. Реклама потрапляє до нас через ЗМІ, чекає на нас у почтовій скоринці, ми бачимо її на вулиці та транспорті. Реклама має найважливіше значення для підприємницької діяльності.

Якщо ви виробляєте товар або надаєте послуги, ви неминуче стикаєтеся з необхідністю реклами. Історія реклами тісно пов'язана з розвитком людства й економічним життям суспільства. Наприклад, без глашатаїв (поширюють новини) не обходився жоден захід, чи то оголошення миру, війни або відкриття ярмарки.

На сьогодні реклама перетворилася на яскраве і багатогранне явище. Життя в сучасному суспільстві насичене інформацією, боротьба за увагу потенційних споживачів товарів і послуг змушує рекламодавців шукати ще більш ефективні методи реклами.

Вправа «Плюси та мінуси реклами» (5 хв.).

Ведучий: Ми з вами розібрали поняття «реклама», дізналися, наскільки важливою вона є в підприємницькій діяльності. Хочу запропонувати вам поміркувати над такими питаннями: Чи є плюси і мінуси у рекламі? Які саме? Чи можна віднести її тільки до мінусів, чи тільки до плюсів? Пропоную вам також у підгрупах поміркувати над цим. Переможцем стане та підгрупа, яка наведе більш переконливі, обґрунтовані аргументи.

Вправа на рефлексію «Сила реклами» (5 хв.).
Казка «Як старий корову продавав»

На базарі корову старий продавав,
Ніхто за корову ціни не давав.
Хоч багатьом була корівка потрібна,
Але, видно, не подобалася людям вона.
- Господар, продаси нам корову свою?
- Продам. Я з ранку з нею на базарі стою!
- Чи не забагато просиш, старий, за неї?
- Та де наживатися! Повернути б своє!
- Аж надто твоя корівка худа!
- Хворіє, проклята. Прямо біда!
- А чи багато корова дає молока?
- Так ми молока не бачили поки ...
Весь день на базарі старий торгував,
Ніхто за корову ціни не давав.
Один хлопчина пожалів старого:
- Батько, рука у тебе нелегка!

Я біля корови твоєї постою,
А ось продамо ми худобу твою.
Йде покупець з тугим гаманцем,
І ось вже торгується він з молодцем;
- Корову продаси?
- Купуй, коли багатий.
Корова, дивись, не корова, а скарб!
- Та чи так! Вже виглядає боляче худою!
- Не дуже жирна, але гарний удій.
- А чи багато корова дає молока?
- Не видоїш за день – втомиться рука.
Старий подивився на корову свою:
- Навіщо я, Корівко, тебе продаю?
Корову свою не продам нікому –
Така скотина потрібна самому!
Обговорення казки про силу реклами.

Гра «Рекламна компанія» (7 хв.).

Ведучий: У нас уже створена фірма, ми знаємо плюси та мінуси реклами, тепер час перейти до виробництва товару та його презентації.

Завдання для підгруп: Придумайте, який товар буде випускати ваша фірма та проведіть його рекламну компанію. Для цього придумайте назву підприємства, яка буде відображати сутність товару чи послуги, короткий рекламний слоган, та доведіть, що ваш продукт є найкращим.

Назва підприємства – важливий елемент, від якого в багатьох випадках залежить успіх підприємницької діяльності.

Слоган – коротка фраза, що містить інформацію про виробництво товару та його позитивні якості.

Підведення підсумків ділової гри
«Веселий кросворд». Тест (7 хв.).

Ведучий: Підходить до кінця наша з вами зустріч, пропоную перевірити ваші знання та дати відповіді на «Веселий кросворд» (**Додаток 4)**. Розмістіться по колу, візьміть окремий аркуш паперу з кросвордами та дайте відповіді на питання (перевірте свої знання за допомогою відповідей на екрані). На останок пропоную пройти тестування на здатність займатися бізнесом (**Додаток 3).**

Висновок

Ведучий: Сьогодні ми з вами ознайомилися зі змістом понять «підприємець», «підприємство», «ринок», «конкуренція», «попит», вчилися аналізувати, формувати стратегію діяльності підприємця, розвивали уміння підготовки й публічного захисту презентації власної бізнес-ідеї. Сформували позитивне відношення до підприємницької діяльності. Навчилися виділяти слабкі і сильні сторони реклами, брати ініціативу на себе, мотивувати інших, бути рішучими у досягненні своєї мети.

ДОДАТКИ

ДОДАТОК 1

ВПРАВИ ДЛЯ РОЗПОДІЛУ УЧАСНИКІВ НА ГРУПИ

Завдання розподілу групи на окремі підгрупи виникає у ведучого досить часто. Справа не тільки в тому, що багато вправ потребують роботи в парах, трійках або четвірках. Адже завдання запустити процеси спілкування між учасниками і взагалі надати динамізм гри може бути вирішена через дроблення на підгрупи. При цьому слід пам'ятати про дуже важливі умови – не можна давати цим підгрупах «застигнути» у визначеному складі. Потрібно постійно «перетасовувати» учасників, щоб надати можливість кожному максимально поспілкуватися з іншими учасниками. А для цього слід використовувати процедури випадкової поділу на групи. Впровадження одних і тих же прийомів швидко набридне учасникам, тому пропонуємо декілька на вибір.

Вправа «Розрахунок». Це елементарний спосіб. Провести розрахунок на «перший – другий», «перший – другий – третій» і т.д. залежно від того, скільки потрібно груп. Тут важливо не переплутати: розрахунок потрібно робити, виходячи з потрібної кількості груп, а не з кількості учасників у кожній групі.

Вправа «Сегментація кола». Теж з розряду елементарних вправ. Групу можна поділити навпіл, провівши уявний діаметр кола від себе (провідного) до учасника, який сидить навпроти. Якщо потрібно більше двох команд, коло просто розбивається на потрібну кількість сегментів.

Вправа «Кольороподіл». Розподіл на групи проводиться за зовнішніми ознаками учасників, наприклад, за кольором одягу. Ті, у кого переважає зелений колір, отримують назву «зелених». Можуть з'явитися «червоні» і «білі». Ті, хто не потрапив ні в одну категорію, утворюють, скажімо, «команду строкатих».

ДОДАТОК 2

ВПРАВИ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ РЕФЛЕКСІЇ

Вправа «5 добрих слів». *Хід проведення:* Потрібно створити групи по 6 осіб. Кожен учасник на аркуші паперу малює свою долоню і пише на ній своє ім’я. На пальцях цієї долоні кожен учасник групи повинен написати позитивну якість чи рису характеру цієї людини. Долоні повертаються власникам.

Вправа «Щоб говорити правду». Мета впровадження: «місток» між вправами. Ресурси: 0. Час: 5-10 хв. *Хід проведення:* Кожен учасник говорить про себе 4 твердження – три з них відповідають дійсності, а одне – хибне. Учасники повинні визначити і записати, яке твердження, на їх думку, не є характерним для даної людини. Висновки порівнюють.

Вправа «Телепати». Мета впровадження: «місток» між вправами. Ресурси: стільці. Час: 5-10 хв. *Хід проведення:* Учасники розбиваються на пари, які сідають на стільці спинами один до одного. Не подаючи сигналів, тричі необхідно спробувати одночасно обернутись і подивитись один на одного.

Вправа «Радощі життя». Мета впровадження: «місток» між вправами. Ресурси: 0. Час: 5-10 хв. *Хід проведення:* Тренер починає розповідати: «На березі синього-синього моря, у затінку великих, могутніх сосен, жили люди...». Після сигналу тренера розповідь продовжує інший учасник і т.д. Сенс – створити зв’язну розповідь.

ДОДАТОК 3

ТЕСТ НА ЗДАТНІСТЬ ЗАЙМАТИСЬ БІЗНЕСОМ

1. Чи поводитесь ви наодинці так, як і тоді, коли за вами спостерігають?
2. Чи вважаєте ви себе здатним стати головою сім'ї?
3. Чи вважаєте ви хитрість хорошою та корисною рисою?
4. Чи можете ви розпочати розмову на вулиці з незнайомою людиною?
5. Чи знаєте ви, який колір сьогодні в моді?
6. Чи їдете у транспорті без квитка, якщо забули вдома проїзний?
7. Чи заздрите успіху ваших знайомих?
8. Чи звертаєтесь на «Ви» до ваших старших за віком родичів?
9. Чи здатні ви в умі швидко обчислити, скільки буде 3% від трьох відсотків?
10. Чи приходите вчасно в кіно?
11. Чи приходите вчасно на побачення?
12. Чи вважаєте за потрібне давати чайові?
13. Переживаєте, якщо вас обрахували на 1 грн?
14. Чи пам'ятаєте дату народження свого вчителя?
15. Чи сідаєте в міському транспорті на будь-яке вільне місце?
16. Чи сідаєте в таксі тільки на заднє сидіння?
17. Чи любите робити записи у книгу скарг?
18. Чи вважаєте, що завжди достатньо лише одного попередження?
19. Чи знаєте, які грошові одиниці існували у Стародавньому Римі?
20. Чи зможете залишити валізу на вокзалі під наглядом зовсім незнайомої людини?

Повністю позитивна відповідь на кожне запитання дає 10 балів, негативна – 0 балів. Проміжні відповіді оцінюються «на око» між 0 і 10 балами. Наприклад, якщо ви з десяти учителів пам'ятаєте дату народження тільки одного, відповідь – 1 бал. Якщо відповідь на яке-небудь запитання для вас є складною – 5 балів. Склавши всі свої бали, ви звертаєтесь до ключа тесту.

Ключ до тесту:

120-200 балів – ви природжений бізнесмен. Якщо ви отримали ці бали в результаті підглядування у відповіді, вирахуйте 80 балів та орієнтуйтесь на новий результат.

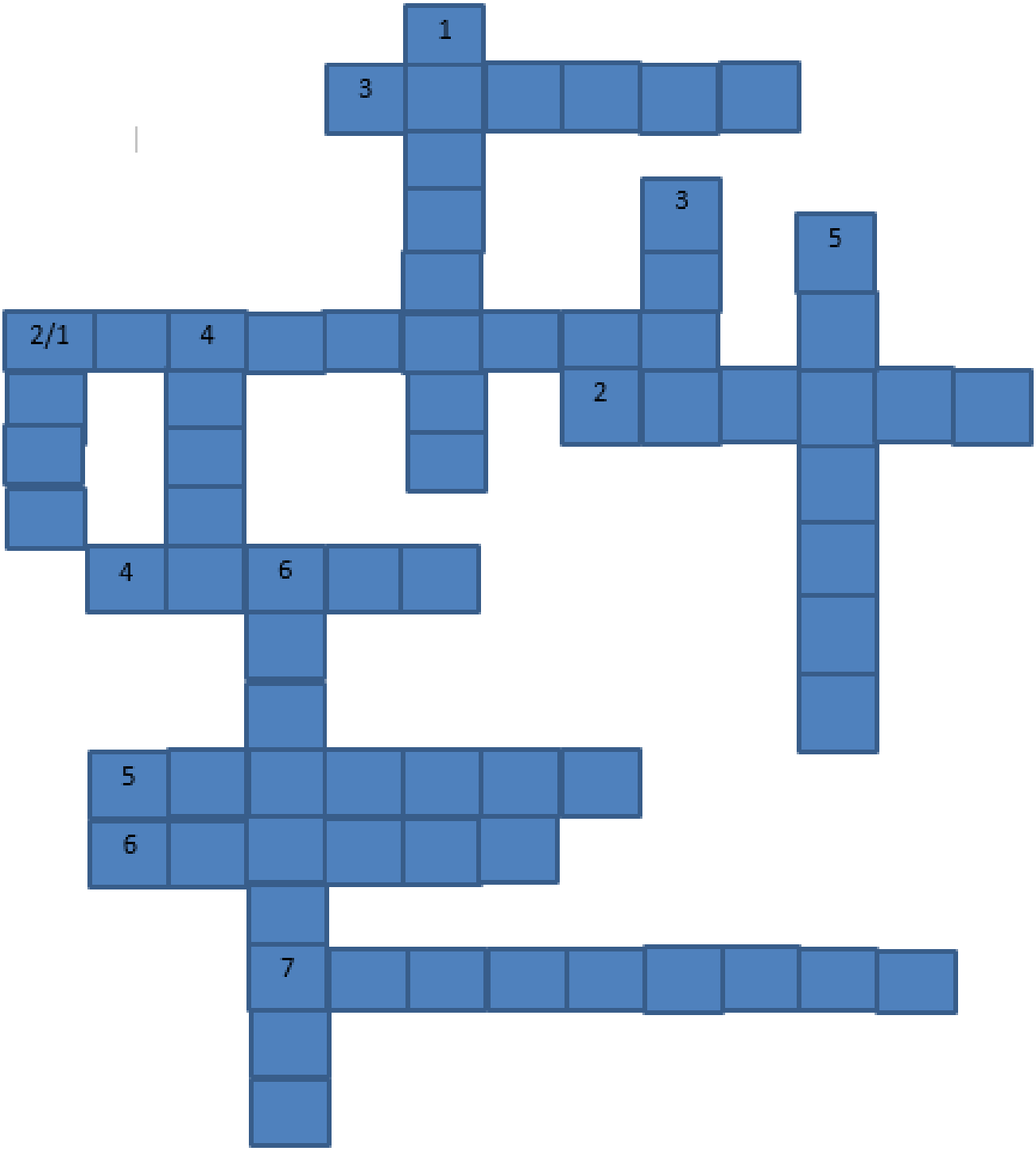
110-119 балів – ви володієте не всіма потрібними якостями бізнесмена, але у вас є реальні шанси досягти успіху в бізнесі; деяку допомогу при цьому вам нададуть роздуми про причини втрати балів.

50-90 балів – видно, у бізнесмени вам не вибитись, але, судячи з усього, ви правдива, порядна людина, у вас непоганий характер, так що не все втрачено в житті.

Кожен учень підраховує бали, отримані ним під час тестування.
Виявляються групи учнів у кожній градації здатності до занять бізнесом.
Ведучий підбиває загальний підсумок тестування.

ДОДАТОК 4

«ВЕСЕЛИЙ КРОСВОРД»



ПИТАННЯ ДО КРОСВОРДУ

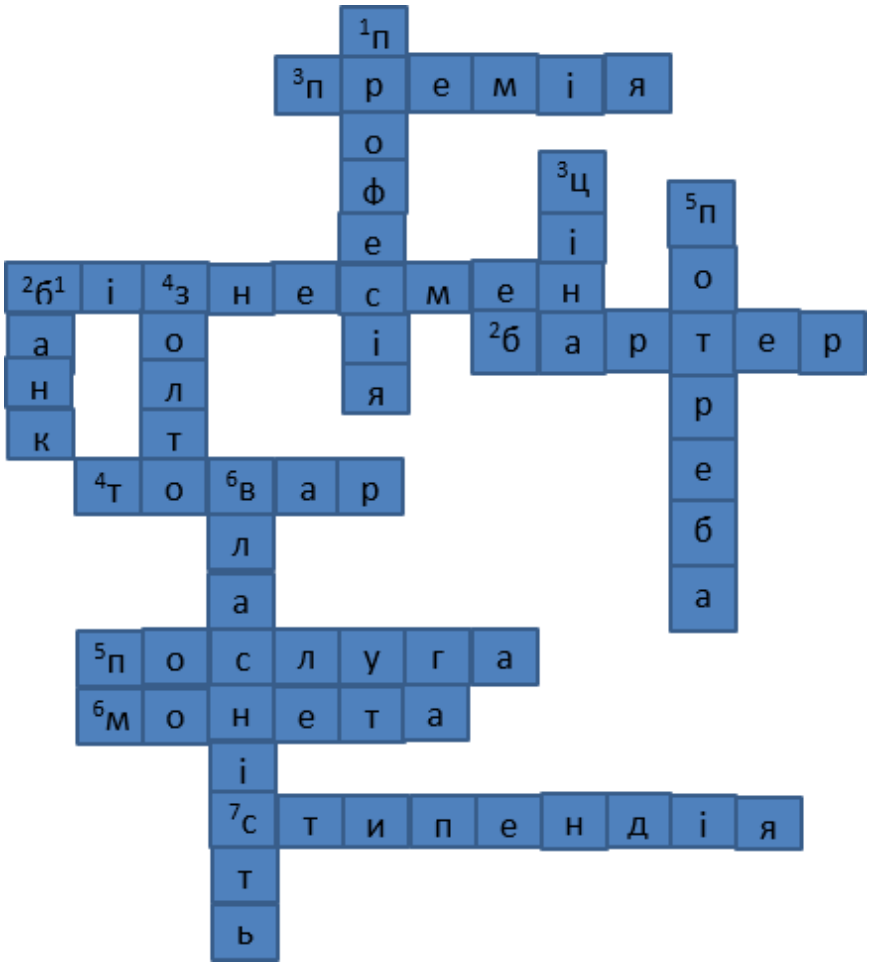
По горизонталі:

1.Ділова людина, підприємець, займається власним бізнесом.
2.Обмін товару на товар.
3.Матеріальна винагорода за працю.
4.Продукт праці, вироблений для продажу чи обміну.
5.Робота, яку використовують для задовольняння потреб людини.
6.Металеві гроші.
7.Грошова винагорода для студентів.

По вертикалі:

1.Заняття людини, які вимагають певних професійних знань та вмінь.
2.Місце для зберігання грошей.
3.Вартість товару.
4.Дорогоцінний метал.
5.Бажання та потреби людини.
6.Майно, яким володіє людина.

Відповіді



ДОДАТОК 5

БРЕНДИ ДЛЯ АНАЛІЗУ У ПІДГРУПАХ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андрушків Б.М., Вовк Ю.Я., Гецько В.В. та ін. Основи організації підприємницької діяльності або абетка підприємця: навчальний посібник. Тернопіль: Вид. ТНТУ. 2010. 300 с.

2.Варналій З.С. Основи підприємництва: навчальний посібник К: Знання Прес. 2002. 239 с.

3. Тягунова Н.М., Спориш О.А. Підприємництво і бізнес-культура: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2014. 118 с.

4. Федоренко В.Г., Денисенко М.П., Руженський М.М. та ін. Підприємництво: навчальний посібник для студ. вищ. навч. закл. К.: МАУП, 2005. 280 с.

Електронні ресурси. Режими доступу:

https://574.spb.ru/documents/nasha-ucheba/nashi-proekty/innov-produkt-scenarii-biznes-igr.pdf

http://ripo.unibel.by/index.php?id=4540

https://www.infouroki.net/delovaya-igra-legko-li-byt-predprinimatelem.html

https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/fmib/17nebava_ekonomika_organizaciya_virobnichoyi_diyalnosti/21.htm

Розділ 4

БІЗНЕС-ПЛАНИ. ПРОЄКТИ

БІЗНЕС-ПЛАН ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:

бізнес-план
організації малярно-кузовного цеху

Селізар Василь Михайлович,
директор, викладач професійно-теоретичної підготовки
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: vpu11khm@ukr.net

Кедис Лариса Анатоліївна,
методист, викладач професійно-теоретичної підготовки
Державного навчального закладу
«Вище професійне училище №11 м. Хмельницького»

e-mail: ms.ms.vasilevs@ukr.net

БІЗНЕС-ПЛАН
ОРГАНІЗАЦІЇ МАЛЯРНО-КУЗОВНОГО ЦЕХУ

Малярно-кузовний цех – це одне з найприбутковіших напрямків авторемонту. Як і в будь-якому іншому бізнесі уникнути помилок допоможе наявність бізнес-плану.

Пропонуємо типовий проєкт організації власного бізнесу. Цех кузовного ремонту вимагає не тільки наявності стартового капіталу, але і певних знань.

Зміст

1. Резюме.
2. Основні етапи реалізації проєкту.
3. Загальний опис проєкту.
4. Асортимент послуг кузовного цеху.
5. Приміщення обладнання.
6. Персонал.
7. Аналіз споживчого ринку послуг.
8. Маркетинговий план.
9. Виробничий план.
10. Організаційний план.
11. Фінансовий план.
12. Аналіз та страхування існуючих ризиків.
13. Висновок.
14. Резюме.

Цей проєкт являє собою бізнес-план організації авторемонтного підприємства, що надає послуги з кузовного ремонту та фарбування автомобілів, з терміном окупності в два роки.

Цілі проєкту:

1. Створення високоприбуткового підприємства.
2. Організація отримання стабільного прибутку.
3. Задоволення відповідного сегмента ринку послугами з кузовного ремонту та фарбування автомобілів.

Джерело фінансування проєкту: власні кошти або банківський кредит.

Форма ведення підприємницької діяльності: індивідуальне підприємництво.

Повна вартість реалізації проєкту: 4,6 млн. грн.

Термін окупності: 2 роки.

Закладена в розрахунки відсоткова ставка: 24%.

Загальна сума виплат за відсотками складе: 1,104 млн. грн.

Дохід інвестора складе: 1,104 млн. грн.

Виплати кредитних коштів і відсотків по кредиту розпочнуться з першого місяця реалізації проєкту.

Основні етапи реалізації проєкту.

Початок реалізації проєкту — безпосередньо після прийняття бізнес-плану замовником, або після отримання кредитних коштів.

Основні етапи з реалізації цього проєкту, умови і терміни їх виконання представлені в таблиці 1.

Таблиця 1

Етапи виконання проєкту	Терміни виконання
Укладення інвестиційного договору	1 місяць
Отримання позикових коштів	1 місяць
Внесення в Держреєстр, постановка на облік в адміністративних і податкових органах	1 місяць
Підбір місця розташування та оформлення документації	1-6 місяців
Придбання та монтаж обладнання	1 місяць
Підбір персоналу	1 місяць
Проведення маркетингової кампанії	1-24 місяці

Загальний опис проєкту.

Представлений бізнес-план з відкриття кузовного цеху з ремонту автомобілів призначений для створення малого підприємства, що надає відповідні послуги. Пропонований напрямок бізнесу в сфері автотранспорту вибрано з певних міркувань.

За офіційною статистикою Головного управління статистики в Україні на 1000 людей у різних областях країни припадає така кількість автомобілів (таблиця 2).

Таблиця 2

Суб'єкт	2019	2020	На початок 2021 року
м. Хмельницький	297	357	325
смт. Дунаївці	295	308	305
м. Красилів	292	312	309
м. Кам’янець-Подільський	321	314	306

За 2020 рік сталося 2022 дорожньо-транспортні пригоди, з яких 317 – з травмованими, загинуло 42 особи та ще 416 – отримали травми різного ступеня тяжкості.

Стан більшої частини дорожнього покриття в Україні через величезну завантаженість дорожніх трас залишає «бажати кращого».

Усі перераховані фактори показують, що кількість звернень автовласників у цехи кузовного ремонту автомобілів досить велика, щоб зробити цей бізнес прибутковим і перспективним, принаймні, на найближчі кілька десятків років. Тому малярно-кузовний цех забезпечить свого господаря солідним прибутком.

Основна стратегія майбутнього підприємства полягає в наданні висококваліфікованих послуг з кузовного ремонту та фарбування автомобілів, застосуванні сучасних технологій при виконанні робіт, відмінному від конкурентів вигляді розрахунків і застосуванні системи знижок.

Асортимент послуг кузовного цеху.

Малярно-кузовний цех з ремонту автомобілів здебільшого надає вузькоспеціалізовані послуги, не зачіпаючи інші види ремонту автомобілів, такі як ремонт двигуна, ходової частини й електрообладнання:

- ✓ рихтування (вирівнювання) пошкоджених елементів кузовної частини автомобілів;
- ✓ заміна тих елементів кузова, які не підлягають відновленню відновлення правильної геометрії кузова, порушеної в результаті ДТП;

- ✓ фарбування відновлених і пошкоджених елементів кузова.

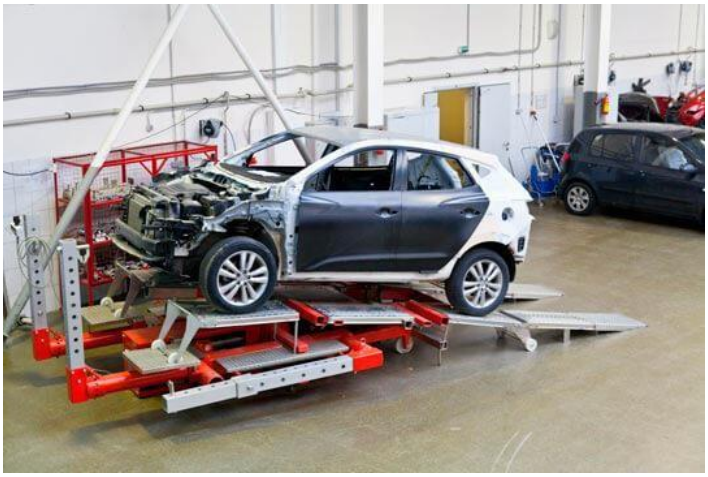
Незважаючи на те, що більш широкий спектр надаваних послуг, на перших погляд, приносив би більше прибутку, ніж вузькоспеціалізований напрямок, було прийнято рішення зупинитися саме на останньому, беручи до уваги наступні фактори:

1. Кваліфікований персонал ремонтного цеху у вузькій спеціалізації дозволить значно збільшити конкурентну спроможність підприємства. У виборі між автосервісом з широким спектром послуги і спеціалізованим цехом, автовласники, як правило, вибирають останній, справедливо розраховуючи, що там працює більш досвідчений штат співробітників.

2. Вузька спеціалізація дозволить підвищити кваліфікацію працюючого персоналу в лічені місяці, на відміну від автосервісу, де одному фахівцеві часто доводиться виконувати кілька видів ремонтних робіт.

3. Мале вузькоспеціалізоване підприємство дозволить більш легко впроваджувати нові технології і купувати/використовувати сучасне обладнання, яке дозволить підвищити якість надання послуг і зменшити час, що витрачається на них.

Приміщення.



Малярно-кузовний цех, як і звичайний автосервіс, вимагає правильного планування приміщення, прилеглої території і під'їзних шляхів. Необхідно відразу ж визначити форму придбання приміщення для відкриття кузовного ремонту. Тому маємо на вибір **три варіанти**:

1. Зведення будівлі "з нуля".
2. Купівля будівлі.
3. Оренда або суборенда приміщення.

Для обладнання або переобладнання приміщення згідно з необхідними нормативами ГОСТ, СниП і СанПіН, планується звернутися в архітектурне бюро, щоб заощадити час на проведення необхідних робіт і виключити ймовірність негативного результату приймання приміщення контролюючими органами. Найоптимальніший варіант — придбання земельної ділянки та будівництво на ньому будівлі цеху кузовного ремонту.

На сьогодні в країні активно використовуються швидкозмонтовані металеві конструкції — каркас та сандвіч – панелі, що дозволяють побудувати будівлю в найкоротші терміни. Широкий вибір колірної гами панелей та «гнучкий» монтаж каркаса дозволяє надати будівлі привабливий зовнішній вигляд, що вельми важливо для залучення клієнтів. Планування приміщення повинне забезпечувати швидке і послідовне переміщення ремонтованого автомобіля від цеху кузовного ремонту в фарбувальну камеру.

Представлений вашій увазі бізнес-план з відкриття кузовного цеху передбачає наявність приміщення площею від 120 до 180 кв. метрів, що дозволить одночасно ремонтувати 2-3 автомобілі.

Обладнання.

Сучасне багатофункціональне обладнання для кузовного ремонту та фарбування авто – це запорука якісного виконання роботи.

"Стандартний" комплект для подібних підприємств складається з наступних пристосувань:

1. Рихтувальні стапелі (платформного, рамного, підкатного, підлогового типу): захвати, затискачі, домкрати для автомобілів різних марок.
2. Двохстійковий підйомник для авто.
3. Вимірювальні лінійки, двовимірні та тривимірні системи для вимірювання.
4. Гідравлічні набори для правки кузовів.
5. Набір для виправлення вм'ятин на кузові без фарбування.
6. Детектори для визначення видів сталі.
7. Комплект рихтувального інструменту.
8. Зварювальний апарат.
9. Полірувальна машинка.
10. Фарбувально-сушильна камера.
11. Комплект до фарбопульта.
12. Спеціальна лампа колориста.
13. Міні-камера для проведення тестів напилювання.
14. Поворотні малярні столи для фарбування елементів кузова.
15. Товщиноміри.

Уся техніка має досить громіздкі габарити, тому правильне розташування обладнання в приміщенні кузовного цеху дозволить «виграти» додатковий простір без фактичного збільшення площі. Однак для того, щоб започаткувати кузовний ремонт одного обладнання мало.

Персонал.

Питання кваліфікації майстрів, які виконують роботу, надзвичайно важливий, оскільки від досвіду персоналу залежить успіх усього підприємства. У перший рік роботи малярно-кузовного цеху планується підібрати в штат 4-х працівників:

1. Адміністратор, який виконує обов'язки бухгалтера, касира, менеджера із закупівель витратних матеріалів та інструментів – 1 особа.

2-3. Автомобільний бляхар-кубовщик – 2 особи.

4. Автомаляр – 1 особа.

У наступні 2 роки планується розширення виробництва, збільшення корисної площі кузовного цеху до 350 кв. м, а кількість персоналу — до 8 осіб. Сучасний ринок автомобільного ремонту, зокрема вузькоспеціалізованого – кузовного і малярного напрямку, налічує безліч компаній, проте незважаючи на це, в даній сфері послуг існує досить вільна

конкуренція, при якій власники бізнесу не мають можливості впливати на ціну послуги, що надається, але формують її за допомогою своєї пропозиції. Число автовласників збільшується з кожним днем на кілька десятків, час ремонту одного автомобіля займає від 1 до 5 днів, тому попит на послуги малярно-кузовних цехів буде затребуваний ще дуже тривалий час. Як правило, навіть при негативному розвитку бізнес-проєкту термін окупності інвестицій складе максимум 2 роки, що відносить цех кузовного ремонту автомобілів до проєктів з швидким терміном окупності.

Аналіз споживчого ринку послуг.

Наявність автомобіля – це більше показник успішності людини, частина його іміджу, ніж зручний і швидкий спосіб пересування. Особливо у великих містах, в яких набагато доцільніше користуватися громадським транспортом. Однак попит на автомобілі зростає. Істотні корективи в продажах автотранспорту внесла економічна криза в Україні, що почалася в кінці 2014 року, і яка, за оцінками фахівців триватиме до 2019-2025 року.

Але автомобілів менше не стає. У 2015 році дещо зросли продажі бюджетних моделей нових автомобілів, приблизно в 3 рази збільшився обсяг ринку старих авто. За даними територіальних сервісних центрів (колишніх ДАІ), в порівнянні з 2015 і 2019 роками, число людей, які отримали вперше водійські посвідчення в 2020 році зросла на 2,5 тисячі осіб. І це незважаючи на посилення правил складання іспитів.

Імовірність потрапляння в ДТП водія зі стажем водіння до 1 року – до 95%. Більше 40% водіїв зі стажем до 3 років водіння є винуватцями всіх ДТП на дорогах країни. Ця сумна статистика показує, що в наступні кілька років попит на послуги малярно-кузовних цехів тільки зросте.

Маркетинговий план. Зниження реальних доходів населення призвело до того, що основними конкурентами офіційно працюючих автосервісів різних спеціалізацій стали «гаражні» майстерні, що пропонують менші ціни. Успішно протистояти такому суперництву можна двома способами:

1) Достатнє інвестування в рекламну кампанію підприємства.
2) Надання якісних послуг професійними майстрами.

Здебільшого формування споживчої думки необхідно не для переконання в необхідності послуг з кузовного ремонту (це і так розуміють всі автовласники), а для просування саме своєї автомайстерні, швидкого визначення її місцезнаходження. Цього можна досягти наступними шляхами:

1) розміщення зовнішньої реклами – на жвавих перехрестях поблизу автомайстерні, покажчиками на автомийках, АЗС, у магазинах з продажу автозапчастин, у дрібних шиномонтажних майстернях тощо;
2) розміщення реклами в місцевих засобах масової інформації – на ТБ, у газетах (бажано з телепрограмою).
3) роздача візитних карток підприємства в автомагазинах;
4) створення власного інтернет-ресурсу – розміщення реклами на сайтах магазинів-партнерів (тих, де ви будете закуповувати матеріали).

Для створення іміджу планується створити логотип підприємства, придумати привабливу назву, визначити фірмові кольори, зшити уніформу для персоналу.

Власник автомобіля, який вперше зіткнувся з необхідністю кузовного ремонту або фарбування авто, як правило, шукає відповідний автосервіс особисто, або приїжджає за порадою знайомих. Так чи інакше, основне завдання персоналу підприємства — надання послуг на такому рівні, щоб клієнт в аналогічній ситуації в подальшому більше не роздумував, куди звертатися. Для цього потрібно створити комфортні умови, як для самого клієнта, так і для його «гаманця». Можна застосувати наступні **маркетингові прийоми:**

✓ Визначення ціни трохи нижче, ніж у конкурентів.

✓ Робота зі страховими компаніями. Це, до речі, дасть гарантію припливу автовласників, за умови, звичайно, якості робіт.

✓ Розміщення інформації про послуги на тематичних сайтах, форумах регіону.

✓ Організація зручного місця для очікування швидкопроведених робіт – невеликого кафе або залу з встановленими в ньому кавоавтоматами, автоматами з продажу сигарет тощо.

✓ Організація "доставки" відвідувачів, які залишать машину для ремонту, до пункту призначення.

✓ Випуск і розподіл дисконтних карт.

✓ Упровадження системи знижок при наданні декількох послуг відразу (наприклад, пригнавши на ремонт автомобіль з битим переднім крилом, його власник може за половину ціни замовити виправлення невеликої вм'ятини на кришці багажника, або щось подібне).

✓ Надання пов'язаних з діючим бізнесом послуг (наприклад, фарбувальну камеру можна використовувати також для покриття автомобіля рідкою гумою або нанесення аерографії; відмінним варіантом буде організація перетяжки салону).

✓ Пропозиція на укладення договорів на взаємовигідних умовах автотранспортним підприємством.

Виробничий план. Для роботи підприємства зі штатом в 4 людини знадобляться наступні інструменти та обладнання:

- ✓ Рихтувальні стапелі – платформного, рамного, підкатного, підлогового типу + захвати, затискачі, домкрати для автомобілів різних марок – по 1 кожного виду.
- ✓ Двохстійковий підйомник для авто – 2 шт.
- ✓ Вимірювальні лінійки – 3 шт.
- ✓ Двомірні та тримірні системи для вимірювання показників – по 1 шт.
- ✓ Гідравлічні набори для правки кузовів – 2 шт.
- ✓ Набір для виправлення вм'ятин на кузові без фарбування – 1 шт.
- ✓ Детектори для визначення видів сталі – 2 шт.
- ✓ Комплект рихтувального інструменту – 2 шт.
- ✓ Зварювальний апарат напівавтоматичного типу – 1 шт.
- ✓ Інверторний апарат для точкового зварювання – 1 шт.
- ✓ Апарат для зварювання пластикових елементів – 1 шт.
- ✓ Полірувальна машинка – 2 шт.
- ✓ Фарбувально – сушильна камера – 1 шт.
- ✓ Комплект фарбопультів – 2 шт.
- ✓ Спеціальна лампа колориста –1 шт.
- ✓ Міні-камера для проведення тестів напилів – 1 шт.

- ✓ Поворотні малярні столи для фарбування елементів кузова – 2 шт.
- ✓ Інфрачервона короткохвильова сушка – 2 шт.
- ✓ Товщиномір – 2 шт.

При виборі обладнання та інструменту завжди потрібно пам'ятати, що дороге не завжди означає якісне, а саме останній фактор повинен бути вирішальним при придбанні матеріалів.

Організаційний план.

У таблиці 3 показані посадові обов'язки персоналу кузовного цеху.

Таблиця 3

Посадові обов'язки персоналу

Співробітник	Посадові обов'язки
Адміністратор	Проведення бухгалтерських операцій, пошук постачальників, розрахунки з клієнтами, контроль за роботою підприємства.
Бляхар-кузовник	Рихтування кузова і окремих його елементів, проведення зварювальних робіт, заміна елементів, що не підлягають відновленню.
Автомаляр	Шліфування кузова авто та окремих елементів, їх фарбування.

З кожним працівником укладається безстроковий трудовий договір. На вибір пропонується два варіанти оплати праці при 8-годинному робочому дні 5-денного робочого тижня:

- ✓ погодинна оплата праці + 15% від виручки за кожен відремонтований автомобіль;
- ✓ 30% від виручки за кожен відремонтований автомобіль.

У будь-якому випадку співробітники кузовного цеху будуть особисто зацікавлені як в залученні автовласників для ремонту, так і в якості виконуваних ними робіт. Для оптимізації завантаженості працівників різних спеціальностей слід застосувати перехресне навчання, щоб у разі необхідності будь-який з них міг замінити іншого.

Фінансовий план.

Початок фінансового року підприємства – січень поточного року.

Прийнята в розрахунках валюта – українська гривня.

Основні види податків, що підлягають сплаті, відображені в таблиці 4.

Таблиця 4

Основні види податків

Вид податку	База податку	Період	Відсоткова ставка
Податок на прибуток	Надходить прибуток	місяць	20%
Податок на майно	Оціночна вартість майна	згідно з графіком платежів	2,2%
ПДВ	Додана вартість	місяць	18%
Прибутковий податок	Фонд оплати праці	місяць	13%
Соціальні виплати	Фонд оплати праці	місяць	34%

Прогноз обсягів надання послуг та їх виручки від їх оплати на перші 2 роки роботи підприємства подано в таблиці 5.

Таблиця 5

Прогноз обсягів надання послуг та виручки

Період	Вид послуги	Обсяг реалізації	Вартість	Виручка від надання послуги
1-12 місяців	надання ремонтних робіт, з урахуванням послуг гаражної майстерні	від 100 авто одним постом	відповідно до прейскуранта на надання послуг	від 1,2 млн. гривень
1-12 місяців	реалізація автозапчастин	згідно з наявним асортиментом	відповідно до наявного прайс-листа	від 1,275 млн. гривень
13-24 місяці	надання ремонтних робіт, з урахуванням послуг гаражної майстерні	від 100 авто одним постом	відповідно до прейскуранта на надання послуг	від 6 млн. гривень
13-24 місяці	реалізація автозапчастин	згідно з наявним асортиментом	відповідно до наявного прайс-листа	від 2,1 млн. гривень

За умови збереження поточного стану ринку підприємство досягне точки беззбитковості за 1 рік. При тенденції розвитку ринку і збільшенні споживання послуг на 15% у рік даний етап буде досягнутий за 9 місяців роботи.

Аналіз і страхування існуючих ризиків.

Можна виділити основні потенційні ризики при веденні даного виду бізнесу:

✓ Висока залежність від місця розташування будівлі малярно-кузовного цеху. Мінімізується можливістю побудови будівлі "з нуля".

✓ Складність підбору персоналу, який володіє високою кваліфікацією. Це питання вирішується пропозицією більш високої оплати і/або більш вигідних умов праці, взяттям «на себе» навчання персоналу, регулярна мотивація співробітників.

✓ Відсутність необхідних витратних матеріалів (наприклад, фарба «в колір» кузова), Довга доставка потрібних елементів кузова. Ризик знижується наявністю надійного, безперебійного каналу поставок матеріалів.

✓ Поява в безпосередній близькості нових конкурентів. Ризик знижується при проведенні грамотної цінової політики підприємства, постійного моніторингу цін, підвищенні якості послуг, що надаються.

✓ Нестабільний курс української гривні, економічні збої, у результаті яких виникнуть затримки в поставках імпортних запчастин.

Висновок.

Представлений аналіз бізнес-проєкту з організації малярно-кузовного цеху показав, що даний вид підприємницької діяльності є прибутковим і перспективним з середнім ступенем ризиків, більшість із яких можна мінімізувати. Головними умовами для успішного функціонування підприємства є його місцезнаходження, наявність сучасного обладнання та висококваліфікованих фахівців.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ДИТЯЧОМУ КАФЕ ЗДОРОВОГО ХАРЧУВАННЯ «БАЛУ»

бізнес-план

Виконавці:
здобувачі освіти групи № 33
Кривопляс Нікіта,
Громенко Дмитро,
Соловей Валерія

Керівник:
Іващенко Ольга Михайлівна,
викладач Державного навчального закладу
«Регіональний центр професійної освіти швейного виробництва та сфери послуг Харківської області»

e-mail: 05537638@ukr.net

ЗМІСТ

РЕЗЮМЕ

ОПИС БІЗНЕС ІДЕЇ

ПІДПРИЄМСТВО ТА ПРОДУКЦІЯ

ПЛАН МАРКЕТИНГУ

ПЛАН ТОВАРООБІГУ

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПОДАТКОВИЙ ПЛАН

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

РЕЗЮМЕ

Даний бізнес-проєкт підготовлений для планування та обґрунтування бізнесу зі створення дитячого кафе в м. Харкові на території нового зоопарку.

Метою даного проєкту є отримання прибутку шляхом здійснення торгової діяльності, задовольняючи при цьому купівельний попит на товари та послуги. На основі цього планується отримання прибутку для подальшого навчання та розвитку бізнесу.

Кошти, необхідні для початку роботи, складають 72308,22 грн.

Початок роботи планується з серпня 2021 року. Витрати згідно з планом повинні окупитися протягом року.

ОПИС БІЗНЕС-ІДЕЇ

На сьогодні країна велике значення приділяє дитячому харчуванню. Правильне, здорове харчування дітей є основою для здорового та успішного населення держави. Влада це також добре розуміє, тому за підтримки дружини президента України ведуться розробки щодо норм та правил здорового харчування дітей. Окрім того, відомий український кухар Євген Клопотенко впровадив у закладах освіти меню здорового харчування здобувачів освіти.

Але переважна більшість дитячих кафе продовжують реалізовувати снеки, страви швидкого приготування, газовані напої тощо. Здебільшого заклади ресторанного господарства, в тому числі і м. Харкова, орієнтовані на дозвілля батьків або на розважальні послуги (день народження, тематичні свята, парки атракціонів тощо).

Держава підтримує малий бізнес і це дає можливість відкривати невеликі підприємства, що потребують незначних вкладень.

Бізнес-ідея полягає у створенні дитячого кафе для реалізації страв здорового харчування з організацією дозвілля, орієнтованого на дітей віком від 3 до 14 років, а також надання послуг батькам.

У сучасних умовах створення спеціалізованих закладів харчування, орієнтованих на вузьке коло відвідувачів, має підвищені ризики. Тому пропонується разом з дитячим кафе, орієнтованим на здорове харчування, відкрити приміщення для батьків, де в межах раціонального харчування і фізіологічних норм створити окреме меню. У дитячій частині закладу харчування батьки можуть перебувати за правилами цієї частини, перебування дітей на частині для дорослих дозволено лише з свідомого вибору супроводжуючих батьків.

Проєкт оснований на приготуванні та реалізації готової продукції, тобто заклад є одночасно виробником та посередником між оптовими фірмами та кінцевим споживачем. На різниці цін планується отримання прибутку.

ПІДПРИЄМСТВО ТА ПРОДУКЦІЯ

Підприємницьку діяльність планується здійснювати в орендованому приміщенні. Оренда приміщень у середньому за місяць складає 5000 грн. У вартість оренди не входять витрати на оплату комунальних послуг.

Дитяче кафе планується створити в зоопарку (м. Харків), де продовжується реконструкція. Місцевий зоопарк завжди був осередком дозвілля батьків та дітей, до реконструкції його відвідували багато мешканців та гостей міста.

Окрім того, за останні роки в цьому районі відбулася значна забудова прилеглих територій багатоповерхівками. На відкриття зоопарку передбачається велика кількість відвідувачів, тому окупитися дане підприємство повинно в незначні терміни.

В умовах сучасного карантину також планується робота на доставку здорового харчування додому. Для налагодження роботи підприємства, а також економії заробітної плати будемо працювати на даному підприємстві самі з використанням незначної кількості найманих працівників.

У дитячому кафе планується такий режим роботи:

Пн. – вихідний (тільки на доставку) 10.00-20.00 перерва з 13.00-13.30
Вт. – 10.00-20.00 перерва з 13.00-14.00
Ср. – 10.00-20.00 перерва з 13.00-14.00
Чт. – 10.00-20.00 перерва з 13.00-14.00
Пт. - 10.00-21.00 перерва з 13.00-14.00
Сб. – 10.00-22.00 перерва з 13.00-14.00
Нд. – 10.00-22.00 перерва з 13.00-14.00

Переважна більшість відвідувачів – це батьки з дітьми, які прогулюються в парку або зоопарку. Найбільш сприятливий час для прогулянок – ранок та обід. У нашому дитячому кафе відвідувачі зможуть не повертаючись додому здійснити прийом їжі корисними та смачними стравами і продовжити прогулянку.

Перерва в закладі харчування буде з 13.00 по 14.00, але в дві зміни по 30 хвилин, для того, щоб можна було відвідати наш заклад без перешкод.

Робота закладу харчування у вечірній час, а саме з 18.00, виключно орієнтована на дорослих та молоді.

Під час карантину, а також для людей, які прагнуть до здорового харчування, наше підприємство буде працювати на доставку їжі за попереднім замовленням. Для доставки їжі планується взяти в оренду автомобіль (транспортні витрати складатимуть 6000 грн.).

У кафе також буде організовано дозвілля – 4 рази на місяць. У середньому організацію свят планується проводити за 1000 грн, що в місяць складатиме 4000 грн.

Оскільки заклад харчування новий, то прибуток з організації дозвілля в перші місяці не включений у розрахунок.

Здорове харчування – це не тільки данина моді, але і добре самопочуття, позбавлення багатьох хвороб та їх профілактика, любов та повага до себе, прагнення до здорового і тривалого життя.

Ще з середньовічних часів люди замислювалися над тим, як впливає якість їжі на якість життя, всебічно досліджували ці процеси. Всім відомі принципи здорового харчування: різноманітні продукти переважно рослинного походження, заміна жирного м’яса на рибу або бобові, вживання у їжі молока та молочних продуктів тощо.

Знання з професії «Кухар; кондитер» дозволяють самостійно коригувати харчування клієнтів залежно від маси тіла, вподобань і навіть настроїв та, як приємний бонус, давати безкоштовні рекомендації щодо подальшого харчування зі складанням приблизного двотижневого меню.

Оскільки заплановано готувати здорову їжу, а також використовувати готові перекуси, які краще закупляти за оптовими цінами, продукти та напівфабрикати необхідно десь зберігати. Для цього планується придбати 2 холодильники.

МАРКЕТИНГОВИЙ ПЛАН

Маркетинг – це комплексна система організації виробництва та збуту товарів або надання послуг, заснована на передбаченні задоволення попиту споживачів: вивчення ринку і споживачів, торгова політика.

Наше кафе розраховане на клієнтів різних вікових груп: більша частина – діти, але також планується обслуговувати молодь та дорослих.

Щоб отримати прибуток було вирішено зробити торгову націнку у розмірі 200% від суми товару, що купується, та напівфабрикатів. У подальшому буде створено картотеку постійних відвідувачів та їх заохочення.

Шляхом ретельного дослідження ми визначили, що подібних кафе на території Харкова, а саме цієї частини міста, не існує. Відкриваючи таку справу, ми зможемо захистити свій бізнес від конкурентів і заповнити ринкове вікно, що дає, як правило, найбільший прибуток.

У маркетинговому плані одну з головних ролей відіграє реклама, що стимулює попит на товари та послуги, формує споживацький попит, а також є головним засобом упровадження нового.

Плануємо використовувати друковані та усні засоби масової інформації.

Існує ряд ризиків, що впливають на діяльність підприємця:

- *Політичний* – виникає в змінах у владі. На сьогодні таким чинником є введення локдауну. Цей фактор завдає значних ризиків, оскільки відбувається простій потужностей підприємства. Але держава продовжує підтримувати та стимулювати малий бізнес. Окрім того, робота нашого закладу дасть змогу працювати та отримувати прибуток.
- *Комерційний* – виникає в результаті неправильної оцінки попиту на товар та послуг. Цей фактор залежить від компетентності, тому планується продовжувати вивчати здорове харчування, консультуватися з провідними фахівцями для підвищення власної компетентності, а також впроваджувати принципи здорового харчування, перш за все, в своєму оточенні та у пересічних громадян.
- *Ризик конкуренції* – можна уникнути, хай навіть неповністю. Для цього необхідно провести аналіз конкурентів, щоб виявити власні можливості. Підвищуючи якість обслуговування споживачів, професійний рівень можна уникнути конкуренції.

ПЛАН ТОВАРООБІГУ

Для нашого підприємства необхідна буде певна кількість обладнання, яке представлено в таблиці 1.

Таблиця 1

Обладнання, необхідне для закладу харчування «Балу»

№ з/п	Найменування	Наявність	Кількість	Ціна	Сума
1	Стіл	відсутні	8	699	5592
2	Стільці	відсутні	24	606	14544
3	Мікрохвильова піч	є	1	1249	1249
4	Холодильник	відсутній	2	5088	10176
5	Електрочайник	є	1	219	219
6	Набір посуду	відсутні	48	250	12000
	Всього				**42312**

Крім обладнання, необхідно закупити сировину та напівфабрикати. Асортимент сировини та напівфабрикатів наведено в таблиці 2.

З таблиці видно, що необхідно закупити 45 одиниць товару в місяць на суму 9688,9 грн, що в продажних цінах складе 29066,7 грн.

Таблиця 2

Асортимент товару в закладі харчування «Балу»

№ з/п	Найменування	Кількість	Ціна закупки	Сума	Ціна продажу	Сума
1	Телятина	10	120	1200	360	3600
2	Риба	10	89	890	267	2670
3	Пластівці	1	47	47	141	141
4	Гранола	1	87	87	261	261
5	Макаронні вироби в асортименті	5	47	235	141	705
6	Удон	5	42	210	126	630
7	Фунчоза	5	53	265	159	795
8	Борошно пшеничне	4	57	228	171	684
9	Мигдальне борошно	1	139	139	417	417
10	Дріжджі	1	139	139	417	417
11	Годжі	1	74	74	222	222
12	Зелена гречка	2	59	118	177	354
13	Насіння льону	1	28	28	84	84
14	Зерно вівса	1	30	30	90	90
15	Саго	1	39	39	117	117
16	Насіння чіа	1	85	85	255	255
17	Масло мигдального горіха	1	290	290	870	870
18	Масло обліпихове	1	95	95	285	285
19	Масло кедрового горіха	1	450	450	1350	1350
20	Морська капуста	1	25	25	75	75
21	Клітковина гарбуза	1	38	38	114	114
22	Клітковина розторопші	1	27	27	81	81
23	Протеїнові напої	1	270	270	810	810
24	Масала	1	59	59	177	177
25	Кава	3	180	540	540	1620
26	Фіточай дитячий	4	15	60	45	180
27	Цикорій	2	320	640	960	1920
28	Кероб	1	110	110	330	330
29	Какао масло	1	300	300	900	900
30	Какао терте	1	250	250	750	750
31	Стевія	4	169	676	507	2028
32	Джем стевія чорниця	1	120	120	360	360
33	Сироп топінамбуру	3	198	594	594	1782
34	Сіль	2	20	40	60	120
35	Висівки	1	23	23	69	69
36	Амчур	1	45	45	135	135
37	Кокосове масло	2	119	238	357	714
38	Молоко кокосове	2	107	214	321	642
39	Сушене манго	1	39,9	39,9	119,7	119,7
40	Агар агар	1	95	95	285	285
41	Пектин	1	319	319	957	957
42	Ізюм	1	9	9	27	27
43	Горіхи	1	110	110	330	330
44	Оцет	2	78	156	234	468
45	Кокос сушений	1	42	42	126	126
	Всього	**94**		**9688,9**		**29066,7**

Закупівлю товару плануємо здійснювати один раз у 2 тижні, що на місяць складе 4 рази. Закупівля товару буде здійснюватися на орендованій машині.

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПОДАТКОВИЙ ПЛАН

Відкриваючи власну справу, ми спершу вивчили різні форми власності і прийняли рішення відкрити підприємство – колективна власність. Переваги цієї форми власності полягають в тому, що вона базується на праці усіх членів трудового колективу. За часи існування вона показала високі показники в продуктивності праці та прибутку (в порівнянні з іншими формами).

Ми плануємо займатися орендованою формою власності. Це самостійна юридична одиниця, яка утворена орендарями на основі орендного договору про майно в наймі в тимчасове володіння і використання (у тому числі, з правом викупу) на окремий термін і на певних умовах за певну плату майна орендодавця для самостійного здійснення підприємницької діяльності.

Для здійснення нашого права спочатку планується працювати самостійно, але в зв'язку з розширенням та збільшенням капіталу ми матимемо змогу дозволити собі декілька найманих працівників.

Ми, як приватні підприємці, несемо повну відповідальність за розвиток нашого бізнесу. У подальшому, залежно від одержуваного прибутку, ми плануємо розширювати свою діяльність для створення нових робочих місць.

Оскільки наше підприємство має наміри займатися наданням товарів та послуг у сфері харчування, то найкращою формою оподаткування є робота за єдиним податком. У цій системі дозволено всі види діяльності, крім продажу лікеро-горілчаних напоїв та тютюнових виробів, діяльності в сфері грального бізнесу.

Податок, який необхідно заплатити складатиме 1983,66 грн. на місяць, що в загальній сумі – 3967,32 грн.

ФІНАНСОВИЙ ПЛАН

Визначимо загальні витрати.

Таблиця 3

Загальні витрати

№ з/п	Одноразові витрати	Сума	Періодичні витрати	Сума
1	Реєстрація	900	Оренда	5000
2	Закупівля обладнання	42312	Закупівля товару	9688,9
3	Дозвіл від МНС	1000	Податки	3967,32
4	Оформлення санітарної книжки	1140	Побутова хімія	800
5	Дозвіл санепідемстанції	1000	Невизначені витрати	3000
6			Транспортні витрати	6000
7			Обслуговування обладнання	1500
8			Реклама	1000
Всього		**46352**		**25956,22**

Таким чином, сума загальних витрат складає 72308,22 грн. Загальні витрати можна умовно поділити на одноразові та періодичні. З таблиці 3 видно, що одноразові витрати складають 46352 грн, а періодичні – 25956,22 грн.

Визначимо, чи буде наш бізнес прибутковий.

Таблиця 4

Прибутковість бізнесу

Показники	**Часовий інтервал**							
	серпень	**вересень**	**жовтень**	**листопад**	**4 квартал**	**1 квартал**	**2 квартал**	**рік**
Прибуток з продажу їжі	14533	29066	29066	29066	87198	87198	87198	348792
Прибуток з дозвілля		2000	4000	4000	12000	12000	12000	48000
Одноразові витрати	46352							46352
Періодичні витрати	25956,22	25956,22	25956,22	25956,22	77868,7	77869	77868,66	311475
Прибуток	57775,22	5109,78	7109,78	7110	21329,3	21329	21329,34	38965,4
Кількість продаж	65	65	65	65	195	195	195	780

Таким чином, ми зможемо окупити власний бізнес за 9 місяців.

Щоб розрахувати, яким чином буде працювати наше підприємство, проведемо розрахунки і визначимо:

1. Термін окупності проєкту:

$$T = \frac{\text{Одноразові витрати}}{\text{Прибуток у місяць}} = \frac{46352}{5109,78} = 9 \text{ міс.}$$

2. Прибуток за одиницю товару:

$$П = \frac{\text{Прибуток у місяць}}{\text{Кількість продажів}} = \frac{5109,78}{65} = 78,6$$

3. Точку беззбитковості:

$$\square = \frac{\text{Одноразові витрати}}{\text{Прибуток за одиницю}} = \frac{46352}{78,6} = 589,6$$

4. Рентабельність:

$$\square = \frac{\text{Прибуток у місяць}}{\text{Періодичні витрати}} * 100\% = \frac{5109,78}{25956,22} * 100\% = 19,7\ \%$$

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архіпов В.В. Організація ресторанного господарства: Навч. пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / В.В. Архіпов, В.А. Русавська. К.: Центр учбової літератури, 2009. 342 с.
2. Барроу К., Барроу П., Браун Р. Бізнес-план: практичний посібник. Пер. з 4-го англ. вид. К.: Знання, 2005.
3. Бізнес-планування: навч. посіб. / Т.Г. Васильців, Я.Д. Качмарик, В.І. Блонська, Р.Л. Лупак. К.: Знання, 2013. 173 с.
4. Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті. К.: ТОВ "Борисфен-М", 1996. 336 с.
5. Дослідження «Ідеї для мікро-бізнесу: практичні поради» проведено Програмою розвитку ООН в Україні за фінансової підтримки Уряду Японії [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://vpo-study.org/wpcontent/uploads/2015/08/Business-Models_final.compressed.pdf
6. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навчальний посібник. К.: «Знання», 2006. 423 с.
7. Лаврів Л.А. Бізнес-планування у діяльності організації: базові процедури та основні методичні підходи. *Інноваційна економіка*. 2013. № 10.
8. Покропивний С.Ф., Соболь С.М.,Швиданенко Г.О., Дерев'янко О.Г. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування. Навчальний посібник. Київ: КНЕУ, 2002. 279 с.
9. Попов В.М. Збірник бізнес-планів з коментарями і рекомендаціями / За ред. В.М. Попова. К.: ЦУЛ, КноРус, 2003. 317 с.

МОЇ КРОКИ ДО ВЛАСНОЇ СПРАВИ: САЛОН «MAMA BEAUTY»

практично орієнтований проєкт

Творча група:
здобувачі освіти ІІІ курсу
Камінєва Аміна,
Будняк Ксенія

Керівник проєкту:
Полякова Людмила Ігорівна,
майстер виробничого навчання Державного навчального закладу
«Регіональний центр професійної освіти швейного виробництва і сфери послуг Харківської області»

e-mail: 05537638@ukr.net

ВСТУП

Останнім часом індустрія краси перестала бути лише сферою жіночих інтересів і переросла в досить популярну бізнес-ідею для багатьох людей. Інтернет кишить привабливими пропозиціями різних підприємств, які пропонують розробити індивідуальний дизайн і бізнес-план салону краси, розрахувати всілякі витрати, зайнятися дозвільною документацією, підібрати потрібне обладнання і навіть надати необхідний мінімум клієнтів.

Без сумнівів, послуги таких «асистентів» коштують дуже дорого, і для підприємця-початківця можуть стати непідйомною сумою на шляху до здійснення мрії відкрити перукарню або салон краси.

Більш того, часто клієнт має власний погляд на концепцію свого закладу, який може йти в розріз із рекомендаціями досвідчених фахівців. Тому майбутній власник салону краси найчастіше вибирає самостійний шлях.

Здобувачі освіти групи 32, які навчаються за професією «Перукар (перукар-модельєр)»: Камінєва Аміна та Будняк Ксенія, пройшовши шлях навчання від першого курсу до третього, вирішили взяти участь у творчому практично орієнтованому проєкті «Мої кроки до власної справи».

Після завершення навчання кожен здобувач освіти повинен уміти самостійно виконувати всі роботи, передбачені кваліфікаційною характеристикою, технологічними умовами і нормами, встановленими в галузі, тому цей проєкт базується на вміннях та навичках відповідно до стандарту. Спираючись на знання, отримані впродовж 2,5 років, учасники проєкту втілили мрії у реальність.

Проєкт був розроблений для здобувачів освіти максимально практично. Його основна перевага у тому, що майбутні підприємці працюють над своїми ідеями, спілкуються із успішними випускниками та проходять увесь цикл: від розробки бізнес-ідеї до підготовки всього необхідного для її реалізації у супроводі керівника.

ПАСПОРТ ПРОЄКТУ

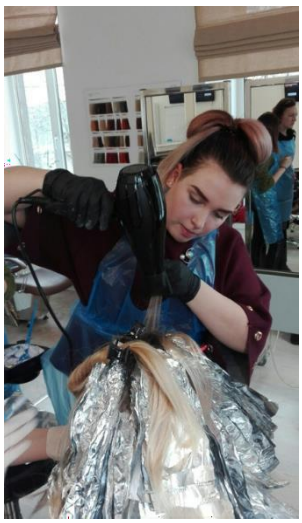
НАЗВА ПРОЄКТУ	**«Мої кроки до власної справи»** **Салон «MAMA BEAUTY»**
Тип проєкту	Дослідницький
За напрямком діяльності	Навчально-виробничий
За характером контактів	Внутрішній
За кількістю	Командний
Розробник проєкту	Камінєва Аміна, Будняк Ксенія, здобувачі освіти 3 курсу, група 32
Керівник проєкту	Полякова Людмила Ігорівна, майстер виробничого навчання
Учасники проєкту	Здобувачі освіти 3 курсу, група 32: - Камінєва Аміна, навчається з професії «Перукар (перукар-модельєр)», має кваліфікацію «перукар 2 класу»; - Будняк Ксенія, навчається з професії «Перукар (перукар-модельєр)», має кваліфікацію «перукар 2 класу»; - Гистарова Аліна, випускниця 2008 року; - Давидова Інна, випускниця 2012 року
Термін реалізації	2019/2020 навчальний рік
Мета проєкту	✓ підвищення якості підготовки кваліфікованого робітника з професії «перукар (перукар-модельєр)»; ✓ впровадження сучасних методів викладання та виховання; ✓ адаптувати освіту та виховати нове покоління лідерів і підприємців в Україні; ✓ отримання гідної роботи молодими фахівцями або започаткування власної справи; ✓ відкриття салону краси в м. Харкові, здатного надати мешканцям високоякісні послуги з догляду за шкірою, обличчям і тілом, а також перукарські послуги.
Завдання проєкту	1. Згуртувати здобувачів освіти, які навчаються з професії «Перукар (перукар-модельєр)». 2. Проінформувати про можливості розвитку випускників у напрямку власного бізнесу. 3. Продемонструвати підтримку випускників, які навчалися з професії «Перукар (перукар-модельєр)». 4. Стимулювання активності, самоорганізації та самореалізації здобувачів освіти. 5. Привернути увагу до майбутніх фахівців. 6. Залучити до проєкту нових учасників.
Етапи реалізації проєкту	✓ Планування проєкту ✓ Визначення мети та завдання проєкту ✓ Зустріч з випускниками минулих років ✓ Збір інформації ✓ Визначення концепції ✓ Розвиток салону ✓ Оформлення проєкту
Очікуваний результат	Відкриття салону краси в м. Харкові, здатного надати мешканцям високоякісні перукарські послуги.

ШЛЯХ У ПРОФЕСІЮ

Камінєва Аміна Олександрівна (17 років)

Закінчивши 9 класів, Аміна вирішила навчатися перукарському мистецтву.

Ще з дитинства її тягло до творчості. Батьки віддавали її у різноманітні гуртки: малювання, плетіння з бісеру, ліплення з гіпсу тощо. Коли їй виповнилося три роки, батько подарував доньці величезного лева з пишною гривою, і тоді, ще ті маленькі ручки, які навіть не уявляли, що це за професія така "Перукар", перший раз вона взяли ножиці і почала "творити".



З кожним роком змінювалася стрижка подарованого лева, а коли дівчинці виповнилося 12 років, його грива стала зовсім короткою. Цю кумедну історію батьки з рідними частенько згадують. І зараз, будучи ученицею третього курсу з професії "Перукар", учасником і призером міжнародних конкурсів, вона ні краплі не шкодує, що, закінчивши 9 класів, твердо вирішила робити людей гарними!

Аміна: *«Дякую моїм любим батькам за їх підтримку, без неї мені було б дуже складно. Я вважаю, що обирати професію потрібно серцем і душею, адже гроші набагато приємніше отримувати за роботу, яка приносить тобі задоволення».*

Будняк Ксенія Володимирівна (18 років)

Ксенія: *«Коли в когось виникає питання на зразок: «Чому ти обрала цю професію?», – виникають різні думки та багато відповідей на одне й те саме питання. Чітким висновком буде тільки це – бажаю бути перукарем, бо мені до вподоби створювати сучасні гарні зачіски».*

Коли Ксенія була у дитячому садку, їй вперше зробили вечірню зачіску. Вона настільки її вразила, що тоді вона зрозуміла, «ЇЇ МРІЯ – СТАТИ ПЕРУКАРЕМ». У 9 класі настав час вирішувати шлях до майбутньої омріяної професії.

Ксенія: *«У мене запитали, що я обираю та порадили вступити до цього державного закладу освіти, де навчають перукарів першого класу. Я хочу відкрити свій салон краси, створити нові стандарти зачісок, роблячи нові образи для клієнтів, а також не боятись експериментувати зі своєю зовнішністю. Бажання стати перукарем виникло в мене в дитинстві, тоді я зрозуміла – я це можу».*

ДОСВІД РОБОТИ ВИПУСКНИКІВ

Гистарова Аліна, випускниця 2008 року. Отримала диплом з відзнакою кваліфікованого робітника з професії «Перукар (перукар-модельєр)» та працює у ФОП «Салон Neos»

➢ Починати власний бізнес ризиковано у будь-якому віці, особливо, якщо від нього залежить матеріальний добробут вашої родини. Починайте зараз. Доки вам не доводиться багато витрачати грошей, і хтось забезпечує дах над головою.

➢ Для того, щоб максимально скористатися можливостями, які дає нам життя, потрібно бути завжди готовим, оптимістично налаштованим і впевненим у собі та своєму бізнесі.

➢ Я розпочала навчання цій справі у 16 років. У ліцеї поєднувати усе було досить легко. Я ставилася до цього заняття, як до будь-якої іншої роботи на неповний робочий день або вивчення виробничого процесу. Щотижня я виділяла декілька годин на виконання приватних замовлень стрижок та фарбування. Коли наставав період іспитів, мені було набагато складніше. Я намагалася вчитись і працювати одночасно.

Давидова Інна, випускниця 2012 року. Отримала диплом з відзнакою кваліфікованого робітника з професії «Перукар (перукар-модельєр)» та працює в ФОП, власниця студії зачісок.

➢ Десь глибоко в мені ще з народження жив підприємець, я скористалася цим упродовж своїх кращих років: у мене ніколи більше не буде тієї енергії, часу та ресурсів, як тоді, коли я була тинейджером.

➢ Спочатку я відчувала провину за те, що беру у людей гроші за роботу, яка мені подобається. Пройшло немало часу, перш ніж я зрозуміла, що клієнти цінували мою працю набагато більше, аніж гроші, якими зі мною ділилися.

ТИПИ САЛОНІВ КРАСИ

Салони краси поділяються за ціновою політикою:

1. **Дешеві** – типу будинків побуту. До переліку послуг входять: стрижка (дитяча, жіноча, чоловіча), фарбування, підрівнювання, укладка волосся, фарбування брів, манікюр.
2. **Середні** – тут перелік збільшується: педикюр, миття голови, невеликі косметологічні процедури, мейк-ап, обгортання, фарбування волосся, укладка, заплітання.
3. **Дорогі** – найчастіше найдорожчі нічим не відрізняються від середніх, а більш високі ціни викликані більш «гламурним» ремонтом.
4. **VIP класу** – салони нагадують творчі студії розкручених стилістів. При цьому далеко не факт, що буде надано комплексний підхід, при якому ціни відповідні. Зазвичай, такі студії гарантують і якість, і комплекс. Правда ціни таких «походів» просто захмарні.

Салони краси можна поділити за спектром надання послуг:

1. Салон-перукарня. Мінімум послуг.
2. Салон краси. Усе, що пов’язано зі стрижкою, плюс манікюр і педикюр.
3. Салон краси універсальний. Тут можна знайти все: від стрижки волосся до SPA-процедур, тату, обгортання.
4. Спеціалізований салон. Вузьке спрямування, наприклад, салони тату, візажу, педикюру.

КОНЦЕПЦІЯ САЛОНУ «MAMA BEAUTY»

Салон краси – це заклад, куди жінки і чоловіки приходять, щоб розслабитися і отримати чудове перетворення. Вдало обраний фірмовий стиль салону краси може перетворити звичайний похід до перукаря в маленьке свято душі і тіла. Зачаровані клієнти будуть повертатися знову і приводити своїх друзів. Підвищити кількість лояльних клієнтів може розробка такого фірмового стилю салону, який буде вторити таємним і явним бажанням відвідувачів.

Фірмовий стиль надає салону оригінальності і підвищує його впізнаваність.

Цілі розробки фірмового стилю салону краси

Розробка фірмового стилю для салону краси – це не просто примха чи бажання зробити приміщення красивим і зручним. Фірмовий стиль допомагає досягти наступних цілей.

1. Підвищити впізнаваність бренду. Головні ідентифікуючі елементи стають центром маркетингових кампаній і об'єднують рекламні посили. Люди дуже добре запам'ятовують певні символи і набори елементів і починають дізнаватися про салон краси, лише побачивши певний колір або логотип.

2. Підвищити конкурентоспроможність. В очах клієнтів салон з унікальним фірмовим стилем має більше переваг, ніж звичайний заклад. Фірмовий стиль дозволяє ефектно виділитися поміж конкурентів.

3. Спростити процес відкриття ще одного салону краси. При розробці фірмового стилю обов'язково створюється брендбук, керуючись яким вже не можна буде помилитися при створенні мережі салонів.

4. Зміцнити довіру до бренду. Клієнти охочіше відвідують ті заклади, які професійно оформлені. Перше враження впливає на загальне ставлення до салону і підвищує довіру до персоналу і бренду в цілому.

5. Зменшення витрат на рекламу. Фірмовий стиль сам по собі є потужним маркетинговим інструментом, який вимагає мінімальних подальших вкладень у просування салону.

Брендинг салону краси: основні елементи фірмового стилю

Фірмовий стиль – це набір унікальних ідентифікуючих елементів, які представлені в текстовій, графічній, аудіальній та інших формах. Розробка фірмового стилю закладу може включати роботу над сотнями деталей. Однак у випадку з салоном краси варто виділити ті складові, які притаманні саме даному типу закладу:

- **логотип –** символ, який представляє бренд. Логотип салону краси – перший із комунікуючих з клієнтами елемент фірмового стилю. Він зустрічає їх на вивісці, у вітрині і всередині приміщення. У той же час він і останній – залишається в гаманці клієнта з візиткою або клубною картою;
- **фірмова колірна палітра –** комбінація кращих квітів для використання їх в оформленні інтер'єру/екстер'єру салону;
- **дизайн уніформи персоналу –** предмети одягу повинні сигналізувати про те, що людина працює в цьому закладі;
- **слоган і підкріплення текстом** повинні відображати місію і ідею бренду, позиціонування;
- **фірмовий текстиль**: рушники – відмінна рекламна поверхня для нанесення логотипу салону;

- **зовнішня вивіска і вітрини –** це додаткова можливість використовувати орендовані поверхні на благо іміджу;
- **канцелярія і документація**: ручки, каталоги, прейскуранти, візитки – можуть бути як сувенірами, так і рекламою;
- **дисконтні карти** – це ще одна можливість бути «на зв'язку» зі споживачем – вручити йому клубну карту, яка завжди буде з ним).

Якщо салон займається дистрибуцією косметичних товарів, варто також **брендувати пакувальні матеріали, транспорт і цінники**.

Вимоги до фірмового стилю салону краси

1. **Бути універсальним**. Елементи фірмового стилю повинні однаково добре виглядати на будь-яких рекламних поверхнях, а фірмові кольори - підходити обстановці залу.
2. **Бути унікальним**. При розробці фірмового стилю необхідно уникнути схожості з будь-якими іншими брендами.
3. **Викликати приємні асоціації**. Клієнти повинні отримати гарне враження про салон тільки переступивши поріг.
4. **Відповідати обраній стратегії позиціонування**. Фірмовий стиль – це особа бренду, поетом він повинен враховувати обраний ціновий сегмент і потреби цільової аудиторії.

Вибір приміщення для відкриття салону краси

Однією з найбільших помилок при відкритті власного салону краси може бути вибір елітного місця. Багато починаючих підприємців прагнуть знайти хороше місце (орендувати), в центральній частині міста або бізнес-центрах, практика показує зворотнє. Специфіка ведення бізнесу показує, що пріоритетно не саме місце, а оформлення і комфортність самого приміщення, тобто атмосфера і стиль.

Фактично взявши в оренду приміщення в центральній частині або просто в «хорошому» місці, салон краси бере на себе чималі витрати по орендній платі. Але мало хто замислювався, а наскільки це працює і власне, навіщо орендувати за великі гроші, якщо реально є альтернатива!

Насправді місце розташування вкрай важливо при організації недорогої перукарні з ухилом на чоловічі стрижки. Де весь процес, побудований за принципом конвеєра, забезпечує основний дохід. Саме в цій моделі бізнесу необхідно вибирати приміщення в районі транспортних розв’язок.

У всіх інших випадках саме місце не грає великої ролі, не говоримо про крайнощі і розташування десь в нетрях. Що дійсно важливо при виборі приміщення під салон краси, це імідж і:

У цілому невеликий салон краси займає мінімум 100 квадратних метрів.

Як бачимо по площах бізнес - ідея зовсім скромна, як власне і станом саме приміщення. Якщо Ви дійсно хочете створити успішний салон краси, то обов’язково необхідно забезпечити якісний ремонт.

Щодо дизайнерського оформлення питання досить спірне, з одного боку це добре, правда не варто забувати, що результат роботи дизайнера не обов’язково задовольнить Ваше уявлення про красиве, при всій його кваліфікації. Оптимально самим розробити і придумати концепцію, а вже потім залучати дизайнера для оформлення, надавши йому чіткий план дій.

Перелік документів
для відкриття салону краси «MAMA BEAUTY»

- **Правовстановлюючі документи**
  - Реєстраційні документи (про право власності, статут);
  - Договір оренди (при наявності).
- **Висновок Державної санітарно-епідеміологічної служби**

Щоб його отримати, необхідно:

- Технічна документація на приміщення;
- Асортиментний перелік;
- Договір з організацією на вивезення сміття та волосся;
- Договір на прання пеньюарів, рушників*;
- Документи на стерилізатори;
- Договір на проведення дезінсекції, дезінфекції, санітарний паспорт;
- Договір на обслуговування витяжної системи вентиляції.

Крім того, зразок бізнес-плану салону краси повинен вказувати на необхідність наступного переліку документів:

- Висновок на роботу від пожежної інспекції;
- Дозвіл на здійснення діяльності від адміністрації населеного пункту;
- Дозвіл на здійснення торгівлі супутніми товарами;
- Договір на технічне обслуговування (електропроводка, водопостачання тощо);
- Договір з організацією на обслуговування касового апарату;
- Пакет кадрової документації;
- Сертифікат відповідності;
- **Перелік кадрових документів**

Документація по обліку кадрів включає в себе кілька пакетів.

1. Документацію бухгалтерії (платіжки, розрахунки щодо заробітної плати тощо).
2. Облік кадрів.
3. Внутрішні акти, що встановлюють взаємодію співробітників, порядок роботи та обслуговування.

Перелік документації повинен обов’язково містити особисті справи кожного співробітника, їх трудові книжки, договори про матеріальну відповідальність, журнал проведення інструктажу, графіки роботи, відпусток тощо.

Важливо: За відсутність документів трудова інспекція має право накласти штраф або на 90 днів призупинити діяльність організації.

ВІДКРИТТЯ САЛОНУ

Бізнес-план салону краси містить такі ключові моменти:

Вибір місця положення салону. Визначальний фактор для успішного ведення бізнесу – місце розташування підприємства. Бажано, щоб салон був розташований на жвавій вулиці, з великою прохідністю, зручним паркуванням. Ще одна умова – відсутність поряд конкуруючих структур. Все перераховане відноситься до стандартного набора факторів, що впливають на обсяги виручки. Часто розглядають варіант розташування салону всередині торгового чи офісного центру.

Вимоги до приміщення. Приміщення повинно відповідати:

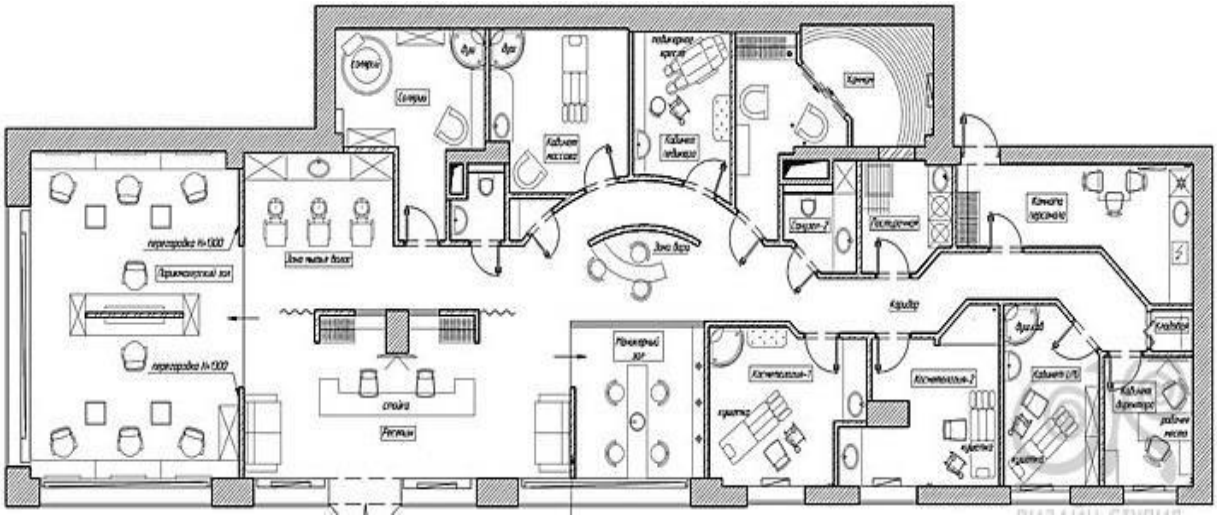
- ✓ нормам Державної санітарно-епідеміологічної служби;
- ✓ стилю та призначенню організації салону краси.

Вимоги до обладнання зовнішньої сторони:

- ✓ вітринні вікна;
- ✓ захист від опадів у вигляді козирка на вході в салон;
- ✓ розміщення штендерів, рекламних вивісок неподалік від салону;
- ✓ обов'язкові умови:
- ✓ центральний вхід з вулиці;
- ✓ розташування на 1-му поверсі. Виняток становлять салони, що знаходяться в торгових (офісних) центрах, де є ескалатор або ліфти. У такому разі розміщення барвистої вивіски можливо на фасаді будівлі;
- ✓ неприпустимо обладнати вхід у салон через загальний двір.

Технічні вимоги:

- ✓ Мінімальна площа – 100 м^2.
- ✓ Висота стелі – мінімум 3 м, не враховуючи оброблення.
- ✓ Можливість підключення агрегатів, що працюють від 220 В та від 380 В.
- ✓ Наявність щонайменше одного запасного виходу.



- ✓ Наявність у приміщенні тамбура на випадок монтажу теплової завіси в холодну пору;

Інженерні системи:

- ✓ можливість підведення води в кожне приміщення салону (для цього слід передбачити наявність запасу по висоті мінімум 30 см або підвалу, що дозволить провести в підлозі комунікації);
- ✓ окремо змонтований канал вентиляції.

Оснащення салону. Перш ніж визначитися з обладнанням, необхідно визначити перелік послуг, які буде надавати сервіс. Докладний бізнес-план салону краси містить наступний список, рекомендований для салонів:

1. Догляд за волоссям (обладнання для стрижок, створення зачісок та фарбування).
2. Педикюр та манікюр (обладнання для здійснення догляду за ногами та руками).
3. Косметологічні послуги та відповідне обладнання.
4. Догляд за шкірою всього тіла (солярій, оснащення для проведення масажу).
5. Створення іміджу клієнта, унікального образу (спеціалізоване обладнання).

Повний перелік обладнання, включаючи інвентар перукаря, меблі, кількість дзеркал, крісел тощо містить готовий бізнес-план салону краси.

Вимоги до персоналу. Крім керівника, салон краси на 20 персон містить персонал:

1. Менеджер салону з суміщенням роботи бухгалтера, що здійснює закупівлю матеріалу, обладнання, інвентарю та господарських матеріалів. Інакше кажучи, організатор та господарник, який веде всю фінансову звітність. Дані види роботи може виконувати одна людина в нашому випадку з невеликим салоном. При відкритті великої структури необхідно розмежувати обов'язки на кілька одиниць.
2. Перукар-універсал (2 ос. на обслуговування жіночого залу, 2 ос. – чоловічого).
3. Косметолог з суміщенням роботи візажиста, консультанта (1 ос.).
4. Візажист з суміщенням роботи гримера, стиліста, консультанта з косметичних засобів (1 ос.).
5. Майстер манікюру-педикюру (на початковому етапі взяли одну одиницю, при збільшенні кількості клієнтів можна взяти додатково ще одного майстра).
6. Масажист.

Фінансові розрахунки. Приклад бізнес-плану для салону краси, крім організаційних моментів, повинен містити деякі обчислення та цифри, що забезпечують теоретичну перспективність та рентабельність підприємства.

Розрахунок прибутку у підприємств такої спрямованості та масштабу обчислюють, виходячи з аналізу діяльності аналогічних структур. Як правило, салон краси в рідкісних випадках буває завантажений більше, ніж на 50%, з цього ми і будемо виходити.

Витрати:

- Оренда приміщення – 15 0000 грн. щомісяця (у випадку купівлі – одноразово від 500 000 грн.).
- Обладнання – 250 000 грн.
- Ремонт, дизайн приміщення від 250 000 грн.
- Витрати супутні – 500 000 грн.
- З/п найманого персоналу – 300 000 грн. щорічно.

Загальна сума: 1 445 000 грн.

Доходи. З плановою місткістю до 20 осіб, з урахуванням неповної завантаженості, прибуток салону краси складе 100 000 грн. щомісяця.

Разом: 1 200 000 грн. за рік (при купівлі приміщення).

Резюме: при аналізі бізнес-плану відкриття салону краси, очевидно, що окупність підприємства настає вже максимум через 1,5 року. Тому салон краси при дотриманні всіх тонкощів, умов та формальностей – досить вигідне капіталовкладення.

НАЙЕФЕКТИВНІШІ СПОСОБИ ПРОСУВАННЯ «MAMA BEAUTY»

Потрібно аби Ви чітко розуміли для кого працюєте. Тоді і зможете рекламуватись ефективніше. Добре для цього використовувати соціальні мережі, мати візитівки, флаєри. Але й не забудьте про авторитет і «сарафанне» радіо, адже саме особисті рекомендації найчастіше виявляються найбільш дієвими.

Запрошуйте клієнтів на сторінку салону краси в соціальних мережах.Перед основним просуванням акаунту в соціальній мережі необхідно спочатку наповнити сторінку першими постами. Рекомендується розмістити мінімум 9 постів, щоб користувач міг знайти для себе щось цікаве і корисне. На початковому етапі просування першими підписниками сторінки можуть стати друзі з особистого профілю. Попросіть друзів рекомендувати вашу сторінку, запросіть своїх клієнтів, зробивши e-mail розсилку. Також можна пов'язати всі акаунти соціальних мереж разом, наприклад, на сторінці Instagram залишити посилання на сторінку Facebook. Крім того, слід проводити активності: конкурси з розіграшем призів, з умовою поставити лайк, написати коментар чи відзначити одного. Ці варіанти просування сприяють приросту початкової аудиторії

Хештеги. Просування таким способом не показує велику ефективність, проте після введення функції підписки на хештеги, вони отримали другий шанс довести свою профпридатність. За аналітиці, найбільше шансів привести до вас клієнтів мають середньо-, низькочастотні (напр: #голівудскілоконихарків) і брендові хештеги. У підводках до постів можна використовувати до 30 хештегів. Ви також можете використовувати хештеги для навігації користувачів, щоб вони могли швидко відшукати потрібний

Реклама. Вартість таргетованої реклами буде різною - все залежить від налаштувань. Вести рекламу в Instagram можна за допомогою Facebook Business Manager - в ньому зручніше контролювати кілька кампаній одночасно і керувати налаштуваннями. На ефективність реклами впливає сама пропозиція (вигода / цінність, яку ви пропонуєте), зміст (текст + фото / відео) та налаштування аудиторії. Радимо робити 2-3 варіанти просуваються постів для кожної кампанії - так ви зможете протестувати ефективність кожного з них і вибрати найбільш дієвий спосіб.

Кооперація з блогерами. На ефективність такого співробітництва впливає кілька чинників: кількість і якість згадок вашого бізнесу в публікаціях блогера, якість аудиторії блогера, актуальність пропозиції для аудиторії. Для співпраці краще вибирати нішевих блогерів, нехай навіть з невеликою кількістю підписників, і робити кампанію з декількома систематичними згадками. Щоб не помилитися з блогером, звертайте увагу не тільки на кількість підписників, а й на кількість і якість лайків і коментарів. Дивіться, щоб коментарі були зі змістом, і перевіряйте профілі коментуючих.

Створивши бізнес-сторінку і запустивши рекламу в соціальних мережах, ви «прокачаєте» імідж салону і отримаєте готовий інструмент для роботи з цінними клієнтами. Просування салону краси в соціальних мережах - це можливість забезпечити компанії необхідний потік клієнтів і сформувати позитивну репутацію в мережі. Але використовувати лише один канал залучення в умовах високої конкуренції вкрай ризиковано. Необхідно задіяти всі доступні маркетингові інструменти і доручити реалізацію компетентних фахівців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основи перукарської справи / Н.А.Горбатюк та ін. 2005. 576 с. іл.
2. Перукарське мистецтво: Підручник: У 3 кн., за заг. ред. В.Ф Орлова. Грамота, 2005.
3. Плотникова І.Ю. Технологія перукарських робіт. К., 2010.
4. Реникова А.А. Парикмахер-стилист. К., 2010.
5. Сорокіна Л. Н. Виробниче навчання перукарів широкого профілю. К., 2009.
6. Сорокіна О. Енциклопедія домашнього перукаря і візажиста. К., 2000.
7. СП(ПТ)О 5141.S.96.02 – 2017.

Електронні ресурси. – Режими доступу:

- http://gillette.com/ru-ru/shaving-tips/how-to-shave-your-face
- http://hair-man.ru/kak-strich-borodu/
- http://rollingvogue.com/tag/boroda/

ЛІТНЯ ШКОЛА МИСТЕЦТВ

проєкт

Годна Олена Володимирівна,
заступник директора з навчально-виховної роботи
Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців

e-mail: olenahodna40@ukr.net

***Постановка проблеми*:** один із принципів, на яких ґрунтується державна політика у сфері професійної (професійно-технічної) освіти, – набуття особою компетентностей, необхідних для власної трудової та/або підприємницької діяльності [1].

Суспільству, що розвивається, потрібні освічені, заповзятливі, активні і соціальні люди, які можуть самостійно і відповідально приймати рішення в ситуації вибору, здатні до співпраці, відрізняються мобільністю, динамізмом, конструктивністю, володіють почуттям обов'язку за долю країни, за її соціально-економічне процвітання. Виникає об'єктивна необхідність підготовки фахівців, що здатні вести підприємницьку діяльність, які відповідають вимогам сучасного етапу соціально-економічного розвитку суспільства. Необхідно формування цілісної особистості фахівця, що володіє творчою креативною індивідуальністю, ініціативністю, широко ерудованого, економічно грамотного, відповідального, працелюбного та впевненого в собі; професійно освіченого, який прагне удосконалювати свою майстерність [2].

Ми пропонуємо проєкт, який допоможе реалізувати творчі, лідерські та креативні здібності ще до завершення навчання в нашому училищі, що дасть основу, поштовх до створення власної справи. Участь у проєкті дасть змогу закріпити знання з економічних дисциплін, педагогіки, вдосконалить технологічне мислення на основі отриманих знань. Проєкт формуватиме таку обов'язкову єдність якостей особистості, що поєднує підприємницьку активність, допомагає здобувачам професійної (професійно-технічної) освіти краще усвідомити сферу бізнесу, бути комунікативними, стати більш самостійними, вміти приймати рішення, планувати, керувати, вирішувати проблеми, творчо та креативно підходити до справи. Ці якості допоможуть майбутньому фахівцю повною мірою сформувати себе як особистість, підготуватися до життя та діяльності в сучасних реаліях.

Отримання освіти у Вищому художньому професійному училищі №19 смт. Гриців здійснюється за такими професіями: кравець, вишивальник, оформлювач вітрин, приміщень та будівель та спеціальностями: дизайн, образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація. Усі ці напрями гармонійно пов’язані між собою і можуть доповнювати один одного у даному проєкті. Після закінчення терміну навчання і отримання дипломів майбутнім фахівцям можна вдало реалізуватися у підприємницькій діяльності.

Проєкт «Літня школа мистецтв» передбачає організацію навчання мистецького напряму юних мешканців і гостей нашої територіальної громади здобувачами освіти Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців, які мають достатній рівень знань і професійних умінь. До проєкту також можуть залучатися учасники освітнього процесу, які на літні канікули залишаються проживати в гуртожитку – особи з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування. Вони зможуть допомагати учасникам проєкту як в організації майстер-класів, так і в догляді за дітьми під час перерв на ігрових майданчиках (батут, гойдалки тощо). Діяльність в проєкті дасть змогу підвищити рівень підприємницької компетентності майбутнього кваліфікованого робітника завдяки вдосконаленню здатності активно, вмотивовано та усвідомлено застосовувати конкретні професійні компетенції, які є результатом професійної освіти, досвіду теоретичної та практичної підготовки.

Мета: формування підприємницьких здібностей у здобувачів освіти училища в процесі передачі найкращого досвіду творчості та майстерності здобувачів освіти та майстрів виробничого навчання Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців дітям громади та гостям селища; ознайомлення зацікавлених осіб з історією українського

декоративно-прикладного мистецтва, популяризація народних промислів та ремесел; створення креативного середовища для дітей, які готові втілювати свої ідеї та розвивати власні творчі можливості.

Ідея проєкту – збереження українських промислів та ремесел завдяки відкриттю власних справ здобувачами освіти після завершення навчання.

Завдання для учасників проєкту:

1) налагодження партнерства з органами місцевого самоврядування, місцевими громадськими організаціями для фінансової та інформаційної підтримки проєкту;
2) облаштування зони для розваг, відпочинку та оздоровлення дітей на території Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців під час літніх канікул: встановлення батуту, дитячого майданчику та оновлення дерев'яних лавок тощо;
3) інформування, зацікавлення дітей до занять та майстер-класів у літній період (робота з батьками, реклама, ведення сторінки проєкту в соціальних мережах).

Проєктна пропозиція

Діюча «Літня школа мистецтв» на базі Вищого художнього професійного училища № 19 смт. Гриців: на літніх канікулах діти навчатимуться в майстернях, аудиторіях різним художнім технікам, розписам та розважатися під час перерв на батуті, дитячому майданчику.

Для цього у закладі освіти є:

– облаштовані необхідними матеріалами та знаряддями майстерні та аудиторії;
– навчальні плани та програми, розроблені майстрами виробничого навчання, викладачами Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців;

Для реалізації проєкту необхідно залучити кошти ОТГ для облаштування території для розваг, відпочинку та оздоровлення.

У проєкті задіяні:

– діти громади та іногородні діти, які приїжджають на літній відпочинок до селища (можлива кількість – до 50 осіб віком від 4 до 14 років);
– здобувачі освіти Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які залишаються проживати в гуртожитку училища (до 10 осіб);
– учасники освітнього процесу (до 15 осіб: викладачі, учасники проєкту, двірник, охоронець).

Прогнозовані результати.

Короткострокові результати:

– у серпні 2021 року проводитимуться заняття 3 рази на тиждень з дітьми для підтримання культурно-естетичного розвитку;
– облаштована зона відпочинку в період перерв між заняттями;
– облаштовані кабінети та майстерні для проведення занять та майстер-класів;
– обладнані лавочки для можливості проведення пленерних занять, які в подальшому цілорічно слугуватимуть для відпочинку всіх учасників освітнього процесу Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців, жителів громади;
– проведення екскурсій по історичній пам'ятці – садибі Грохольських, відвідування музею – майстерні зі зразками кращих робіт випускників училища та мальовничої території Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців з метою вивчення історії

рідного селища, духовного та естетичного збагачення.

Довгострокові результати:

– проведення літньої школи мистецтв щорічно;

– духовний, естетичний та культурний розвиток дітей громади;

– діяльність здобувачів освіти Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців, які в літній період не мають змоги перебувати у власних домівках.

Стратегічні результати:

– створення умов для формування готовності здобувачів освіти до підприємницької діяльності в період навчання;

– розвиток, вдосконалення підприємницьких компетентностей у здобувача освіти;

– готовність випускника до організації підприємницької діяльності;

– збереження українських народних промислів та ремесел.

Громада/люди, що отримають користь від реалізації проєкту:

– діти громади та іногородні діти, які приїжджають на літній відпочинок до селища;

– здобувачі освіти Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців з числа дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, які залишаються проживати в гуртожитку училища (до 10 осіб),

– учасники освітнього процесу Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців, задіяні в створення та реалізацію проєкту.

План дій

Діяльність у межах проєкту.

Завдання 1. Встановити батут та дитячий майданчик.

Відповідальні: працівники закладу освіти, здобувачі освіти.

Крок 1.1. Моніторинг цін та вибір постачальника.

Крок 1.2. Закупівля та доставка батуту та дитячого майданчику.

Крок 1.3. Встановлення батуту та дитячого майданчику.

Завдання 2. Оновлення лавочок.

Відповідальні учасники: здобувачі освіти спеціальності «Дизайн».

Крок 2.1. Знайти постачальника деревини, фарби, цвяхів, пензлів для фарбування, дізнатися вартість матеріалу.

Крок 2.2. Купити та доставити на територію Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців деревину, фарби, цвяхи, пензлі для фарбування.

Крок 2.3. Встановити лавочки для відпочинку на території Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців.

Завдання 3. Удосконалення програм для зацікавлення та залучення дітей до занять у літній період (майстер-класи).

Відповідальні учасники: здобувачі освіти спеціальності «Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація».

Крок 3.1. Знайти в інтернет-ресурсі та методичній літературі цікаві інтелектуальні та розважальні ігри та завдання для культурно-естетичного розвитку дітей різних вікових категорій.

Крок 3.2. Опрацювати та систематизувати матеріал для подальшого впровадження програми в дію.

Крок 3.3. Знайти та купити різний роздатковий матеріал для проведення занять та різноманітних ігор.

№ з/п	Терміни заходів або терміни діяльності	Короткий опис діяльності першого року реалізації проєкту «Літня школа мистецтв»	Відповідальні
1.	Травень	Удосконалення, опрацювання програм навчання дітей, зокрема, майстер-класів за напрямами: ✓ швейна галузь – робота з тканиною, волокнистими матеріалами (аплікація з клаптиків, аплікація з ґудзиків, виготовлення прихваток для кухні, прикрас для волосся з атласних стрічок, декоративних мішечків для дрібних предметів, гольників, тощо); ✓ художня галузь – робота з природними матеріалами: деревиною, лозою, фарбами, глиною, камінням, піском.	Здобувачі освіти з викладачами та майстрами виробничого навчання
2.	Травень	Установлення дитячого розважального майданчика. Розфарбування, розмалювання дитячого розважального майданчика.	Працівники училища, здобувачі освіти
3.	Червень	Розфарбовування/розмальовування дитячого розважального майданчика. Оновлення дерев'яних лавочок для подальшого розмалювання на заняттях.	Учасники проєкту (спільна діяльність)
4.	Липень-серпень	Майстер-класи, заняття, участь у конкурсах, фестивалях, організація та проведення виставок спільних робіт.	Учасники проєкту (спільна діяльність)

Переваги *на користь реалізації проєкту*: відсутність конкурентів (на території об'єднаної територіальної громади під час літніх канікул не працюють заклади позашкільної освіти, гурткова робота, тощо).

Ризики *проєкту*: незацікавленість органів місцевого управління і відмова в фінансуванні облаштування вуличної зони відпочинку і розваг для дітей; карантинні обмеження.

Місце реалізації *проєкту:* 30455 Хмельницька обл., Шепетівський р-н., смт Гриців, вул. Миру 3 (територія Вищого художнього професійного училища №19 смт. Гриців).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. **Проєкт закону України** Про професійну освіту **від 26.10.2020 № 4207-1.**Ст.5, п.2

2. Болтянська Л.О. Формування професійних компетентностей та підприємницької активності здобувачів вищої освіти. *Зб. наук.-метод. праць «Удосконалення освітньо-виховного процесу в закладі вищої освіти».* 2020. С.331-336.

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОЖИВАННЯ ВІДПОЧИВАЮЧИХ У СІЛЬСЬКІЙ САДИБІ «ГОСТИННИЙ ДВІР» У СЕЛІ БРАГА КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ:

учнівський проєкт

Виконавець:
Мігіліна Вероніка,
учениця Державного навчального закладу
«Подільський центр професійно-технічної освіти»,
професія «Майстер готельного обслуговування, адміністратор»

Керівник проєкту:
Дранічнікова Вікторія Анатоліївна,
викладач Державного навчального закладу
«Подільський центр професійно-технічної освіти»

e-mail: dranijnikova@gmail.com

Короткий опис

У представленому проєкті розглядається створення бізнесу на здійснення послуг у сфері сільського туризму. На базі власного сільського будинку площею 150 м^2 і територією 12 соток буде організовано проживання відпочиваючих. Власники здійснюють послуги у вигляді розселення гостей, харчування, організації пішохідних та велосипедних прогулянок, екскурсій на човні історичними пам'ятками минулого.

Потенційними клієнтами можуть бути люди, які ведуть здоровий і активний спосіб життя, сімейні люди з дітьми до 12 років, які за відносно невеликі гроші бажають відпочити на природі; міські мешканці, учасники «турів вихідного дня», «тематичні» туристи, пенсіонери, студенти.

Бізнес розрахований на підприємливих мешканців туристичних міст і сіл – особливо для молоді з відповідною освітою. Проєкт спрямований на заохочення людей вести здоровий спосіб життя.

Визначення проблеми

Сільський зелений туризм – це саме той сектор економіки, який вимагає чималої уваги української молоді. Він потенційно може забезпечити значний внесок в економіку села у вигляді нових робочих місць, збільшення надходжень до сільських громад, поповнення державного бюджету через сплату податків.

Сьогодні, через складний економічний стан в країні, поширюється безробіття. Через постійний відтік молоді до великих міст занепадає соціальна інфраструктура. У результаті соціально-економічного занепаду села поглибилася демографічна криза. А це, в свою чергу, ставить під загрозу існування українського села.

Світова практика доводить, що в подоланні цих негативних тенденцій можуть допомогти несільськогосподарські види діяльності. Насамперед ті, котрі не вимагають державних капіталовкладень, а можуть задовольнятися використанням власного потенціалу: існуючих сільських територій, приватного житлового фонду, матеріального достатку.

Обґрунтування

Організація проживання відпочиваючих у сільському будинку безпосередньо в сім'ї надасть можливість глибше увійти в стиль сільського життя, познайомитися з новими людьми, пізнати цікаві звичаї, традиції української родини, взяти посильну участь у господарських роботах, харчуватися за одним столом тощо.

Власний будинок у селі, розташований на річці Дністер, дозволить родині вирішити цю проблему самостійно, не звертаючись до послуг туристичних фірм. Це дасть родині приблизно 25% прибутку. Причому велика частина цих коштів реінвестується в облаштування будинку, відновлення інтер'єру, створення умов для гостей.

Власні екологічно вирощені продукти заощаджують гроші на їхню закупівлю і служитимуть додатковою перевагою для відпочиваючих. Перевагою є те, що будинок розташований недалеко від міжнародної траси, поряд знаходиться історичний музей-заповідник «Хотинська фортеця».

Гості матимуть можливість відвідати історичні місця Хотинської битви 1684 року, здійснити пішохідні та велосипедні прогулянки до лісу, порибалити на річці, попрацювати на земельній ділянці. Сім'ї з дітьми зможуть відчути всі принади сільського життя: кудахкання курей, спів півнів рано-вранці, запахи сіна й парного молока. Для тих, хто не вміє сидіти без справи, роботи на подвір'ї завжди вистачить.

На превеликий жаль, у Хмельницькій області ще не досить розвинутий зелений туризм. Села Кам'янець-Подільського району занепадають, роботи у місті немає, молодь їде на заробітки за кордон. Сільський зелений туризм може вирішити соціально-економічні

проблеми села, передусім тому, що він розширює сферу зайнятості сільського населення, особливо жінок, і дає селянам додатковий заробіток; розширює можливості зайнятості сільського господаря не тільки у виробничій сфері, але й у сфері обслуговування. Окрім господарів, котрі надають послуги відпочиваючим, можуть отримати робочі місця мешканці села, які займаються народними промислами. Сільський туризм є одним з найбільш дешевих і доступних видів туристичного відпочинку для людей, що приїжджають з міста.

Переваги: мінімальні вкладення первісного капіталу (оскільки бізнес організовується на базі власної садиби); мінімум конкуренції (ця сфера діяльності слабо розвинута); ріст попиту на відпочинок у селі та на природі; низький рівень витрат; крім того, співвласники сільської садиби мають уміння та навички з професії «Майстер готельного обслуговування; адміністратор».

Детальна характеристика продукту (послуги) та його ринку

а) Детальний опис продукту (послуги)

Послуги поділяються на декілька видів:

1. *Розміщення відпочиваючих:* власними силами для гостей звільняють дві кімнати у будинку. Використовують наявне у будинку обладнання: меблі, постільну білизну, телевізор. Будинок має всі зручності: газове опалення, душ з гарячою водою, туалет, сауну, супутникове телебачення, Інтернет. Власники практично не витрачають кошти.

2. *Організація харчування:* сніданок, обід та вечеря з екологічно чистих та дешевих продуктів. Гостей пригощають виключно національними стравами. Доступне вегетаріанське меню.

3. *Організація екскурсій:* пішохідні та велосипедні прогулянки мальовничими ландшафтами, дарованими самою природою; екскурсії по історичним місцям Поділля, де проходили шляхи набігів турок і татар на Україну, тому тут залишилося безліч пам’ятників оборонної архітектури, серед яких відомі Кам’янець-Подільська і Хотинська фортеці; екскурсії на човні через річку Дністер.

4. *Оренда туристичного обладнання:* велосипеди, човен.

5. *Додаткові послуги:* риболовля, сауна на дровах, мангал (самостійне приготування страв), користування альтанкою, крита парковка для авто з відеоспостереженням, послуги безкоштовного Інтернету та супутникового телебачення.

Для встановлення доцільності та конкурентоздатності створення садиби «Гостинний двір» проведено порівняння з аналогічним об’єктом сільського туризму агрооселі «На Дністрі у тьоті Тані», що знаходиться у селі Бабшин Кам’янець-Подільського району. Дослідження ринку послуг агрооселі у селі Бабшин дали змогу зробити висновки, що власники здають оселю подобово. Приміщення пропонуються невеликі, але оснащені всім необхідним для відпочинку. Суттєвим недоліком для відпочиваючих є те, що у літню пору року річка Дністер міліє саме у своєму руслі біля села Бабшин. Крім низької плати за житло, більшість клієнтів приваблює можливість повноцінно відпочивати в теплій домашній обстановці на березі річки. Дане дослідження дозволяє зробити висновок, що створення зеленої садиби «Гостинний двір» в селі Брага Кам’янець-Подільського району є перспективним і буде привабливим для відпочиваючих своїм зручним місцем розташування відносно центра міста та історико-культурних пам’яток, привабливим українським дизайном, переліком послуг, що надаються гостям. Яскравою особливістю діяльності садиби «Гостинний двір» будуть також вечірні посиденьки біля вогнища з піснями та розповідями стародавніх легенд про Хотинську фортецю, відзначення свята врожаю, дегустація меду, прогулянки по лісу, збирання грибів та лісових ягід, прогулянки на човні.

б) Характеристика ринку:

клієнти: Потенційними клієнтами можуть бути мешканці м. Кам'янця-Подільського та Кам'янець-Подільського району, які ведуть здоровий і активний спосіб життя, сімейні люди з дітьми до 12 років, які за відносно невеликі гроші бажають відпочити на природі; молоді люди віком від 20-30 років – учасники «турів вихідного дня»; пенсіонери, які цікавляться історичними пам'ятками давнини – «тематичні» туристи; додатковими – населення суміжних регіонів, перш за все Чернівецької області та м. Хотин. Основними мотивами для вибору відпочинку в зеленій садибі «Гостинний двір» є: помірковані ціни, особливо у порівнянні з іншими пропозиціями відпочинку; сформований стереотип відпочинку в сільській місцевості для певної категорії людей незалежно від заможності та наявності коштів; необхідність оздоровлення в даних кліматичних умовах, рекомендованих лікарем; близькість до природи і можливість проводити більше часу на свіжому повітрі в лісі чи на березі річки; можливість харчуватися екологічно чистими і дешевими продуктами; можливість долучитися до сільськогосподарських робіт у своє задоволення; «втеча» від міської тісняви та стресів; неформальне спілкування; нові враження та пригоди.

конкуренти: У Хмельницькій області надають послуги у сфері сільського туризму 62 агрооселі. Найбільшого розвитку зелений туризм набув у Кам'янець-Подільському – 52 агрооселі. Наприклад, «Медова хата» в Кам'янець-Подільському районі розташована в 6 км від міста, поруч – невеликий ліс. Лісова прохолода, домашній затишок, тиша та п'янке солодке повітря – приблизно так можна змалювати атмосферу, що притаманна при відвідуванні садиби. Агрооселя «На Дністрі у тьоті Тані» розташована у селі Бабшин. Окрім чудової природи дає можливість відвідати Хотинську та Кам'янець-Подільську фортеці по водному та автомобільних шляхах. Подібні агрооселі у селах Сокіл «Зелена миля», Устя «Тарас Бульба», «Солов'їний гай», Межигір – «Пілігрім» та ін. Зелений туризм став для одних мешканців цих сіл способом виживання, а для інших непоганим додатковим заробітком. Незважаючи на позитивні моменти, існує багато проблем: низький рівень сервісного обслуговування, багато хто з власників садиб здає кімнати подобово без харчування або з одним сніданком; є потреба у робітничих кадрах, які мають відповідну освіту; одночасно на території садиби можуть бути заселені 2-3 сім'ї з дітьми, що не завжди задовольняє клієнтів старшого віку. На відміну від конкурентів, зелена садиба «Гостинний двір» розраховує приймати, певний час, одну сім'ю з дітьми або сімейну пару пенсіонерів чи групу молодих людей (до 5 осіб). Затишок, комфортні умови, смачна кухня та розваги – це є пріоритетом відпочинку у «Гостинному дворі».

Просування і реклама

При створенні іміджу зеленої садиби «Гостинний двір» основною метою є забезпечення оптимального поєднання ціни і якості продукції туристичних послуг. Якість кінцевого продукту буде досягнута за рахунок використання натуральної сировини місцевого виробництва, додаткового сервісу, обслуговування висококваліфікованим персоналом. Перевагами є відсутність витрат на підготовку персоналу. Садиба буде приймати гостей у вихідні дні та влітку.

Ринкові можливості та ціноутворення садиби визначаються кількістю клієнтів: одночасно садиба може приймати від 3-5 клієнтів. Разом з тим, ціноутворення проводимо з огляду на малозабезпечені групи населення: сім'ї з дітьми, пенсіонери, студенти. Одне місце коштуватиме близько 70-80 грн на добу. Плануємо, на відміну від конкурентів, за рахунок зниження ціни та якості обслуговування, привернути увагу клієнтів. Успіх у конкуренції можуть створити: комфортабельні умови проживання, пропозиція готових турів, можливість замовити тури від 2-х днів. З'являється можливість короткочасної відпустки, поїздки на

вихідні за місто. Суттєвою перевагою є те, що по сусідству немає конкурентів, окупність може бути вже через 4-6 місяців. З метою підвищення конкурентоздатності, на наш погляд, необхідно здійснити ряд певних безоплатних послуг: паркування авто, послуги Інтернету, супутникового телебачення, користування альтанкою тощо.

Плануються певні заходи щодо просування послуг на туристичний ринок: реклама в пресі (місцеві газети Хмельницького, Кам'янця-Подільського, Хотина, Чернівців), реклама через мережу Інтернет (створення власного веб-сайту), друкована реклама (плакати, листівки, буклети, календарі). Створення рекламних продуктів власними силами за мінімальні кошти. Інформація про послуги буде розміщена на безкоштовних інтернет-порталах, Instagram, власному сайті, оскільки потенційними клієнтами може стати молодь, яка є постійними відвідувачами соціальних мереж.

Фінансовий план

Для реалізації проєкту планується залучити власний капітал в обсязі 5000 грн. Вкладені кошти будуть витрачені на: придбання меблів, посуду, постільної білизни, сміттєвих контейнерів, реклами; поточні витрати: електроенергія – 550 грн.; газ – 1200 грн; придбання побутової хімії, засобів гігієни – 500 грн; реклама – 250 грн.

Наповненість садиби не може складатися на 100%. Приймати відпочиваючих садиба буде тільки 6 місяців. Реально можна вийти на показник 70%. За перший місяць (при розрахунку 3-5 відпочиваючих щодня), без врахування поточних витрат, цей невеличкий бізнес буде приносити родині від 6300 до 12000 грн. При цьому витрати на старті окупляться менше, ніж за 2 місяці. Плануються доходи за 6 місяців –72000 грн.; витрати – 13800 грн; чистий прибуток – 58200 грн, рентабельність – приблизно 80%.

Таблиця 1

№з/п	Опис послуги	Вартість послуги на 1 ос. (грн.)
1	Розміщення відпочиваючих: - кімната на 2-х осіб - кімната на 3-х осіб	 Доба проживання 70-80
2	Харчування на одну особу: - сніданок - обід - вечеря	 20 80 50
3	Екскурсії: - послуги гіда - екскурсія до Хотинської фортеці на човні - велосипедні прогулянки до лісу	 20 50 30
4	Оренда туристичного обладнання: - прокат велосипеду - прокат човна - прокат риболовного приладдя	 30 50 50
5	Додаткові послуги - сауна на дровах - користування мангалом - крита парковка для авто з відеоспостереженням - користування альтанкою - супутникове телебачення - Інтернет	безкоштовні
	Всього	450-460

Можливі загрози та фактори ризиків

Проведені дослідження та розрахунки дають змогу стверджувати, що створення зеленої садиби «Гостинний двір» в селі Брага Кам'янець-Подільського району Хмельницької області є перспективним і приваблюватиме відпочиваючих зручним місцем розташування відносно міста та історико-культурних пам'яток області, комфортними умовами проживання, низькими цінами та переліком послуг, що надаються. Щоб почати приймати відпочиваючих, не обов'язково реєструватися приватним підприємцем. Якщо кількість місць, які надаються для тимчасового проживання, не перевищує 9, а строк перебування гостей у садибі – не більше 15 днів, – реєстрація не потрібна. Щодо надання послуг з харчування, то згідно зі ст. 165 Податкового кодексу України від сплати податку звільняються доходи, отримані від продажу вирощеної власником у своїй садибі сільськогосподарської продукції, у тому числі продуктів її первинної переробки. Таким чином, оподатковується лише дохід від оренди житла або інших приміщень садиби. Якщо ж цей бізнес буде розростатися, то власники садиби зареєструються як суб'єкти підприємницької діяльності зі сплатою податку. Це надасть можливість створити робочі місця, де зможуть працювати кваліфіковані випускники закладів професійної (професійно-технічної) освіти.

Незважаючи на позитивні моменти, на сьогодні існує багато ризиків у цьому бізнесі. Насамперед, це відсутність нормативно-правового забезпечення з питань зеленого туризму, обмежений транспортний доступ до сільської садиби, недостатня підтримка рекламування туристичного продукту (зеленого туризму) на внутрішньому та міжнародних ринках туристичних послуг. Ймовірно, що перешкоджанню реалізації ідеї можуть бути і сезонність, і погані кліматичні умови, і збільшення комунальних платежів. Щоб знизити ризики, необхідно від початку діяльності формувати позитивний імідж садиби, вести моніторинг ринку, здійснювати постійний контроль за якістю послуг. Налагодження зворотного зв'язку від відвідувачів та проведення дій з ліквідації недоліків може звести ризики нанівець. Сприяти мінімізації ризиків може дотримання правил безпеки життєдіяльності, проведення інструктажів перед прогулянками, забезпечення охорони території.

Реалізація ідеї, проєкту

Садиба «Гостинний двір» побудована у 2010 році як дачний будинок у селі Брага з 4 спальнями, невеликим холом, кухнею, ванною кімнатою з сауною на дровах. На території садиби є дві будівлі, які в майбутньому, завдяки успішному бізнесу, планують обладнати на кімнати для відпочиваючих. Власники приймають гостей, переважно знайомих та родичів, на декілька днів. Друзі із задоволенням рубають дрова, розпалюють мангал. Програма мінімальна: прогулянка лісом, вечірнє застілля, сауна, стрілянина з пневматичної зброї. Вранці – парне молоко від сусідської корови, яєчня тощо.

Донька власників навчається у ДНЗ «Подільський центр професійно-технічної освіти». Її майбутня професія – «Майстер готельного обслуговування; адміністратор» – спонукала родину започаткувати власний бізнес, який би приносив додаткові прибутки та став робочим місцем для дитини. Власники свою справу розцінюють як хобі: приїхали гості – надають послуги як відпочиваючим; не приїхали – займаються органічним землеробством, садівництвом. Нині відпочиваючі приносять родині 20% прибутку. Чоловік займається садівництвом, сільгоспроботами, дружина з дочкою приймають та харчують гостей. Найчастіше гості ночують і харчуються у садибі, а решту часу проводять на річці Дністер, яка протікає попри садибу. Родина планує розпочати свій бізнес у літній сезон 2021року.

Ми переконані – сільський туризм не можна перетворювати у готельний бізнес. Від сільського туризму повинно вигравати й село. Турист приїжджає і купує у когось молочні продукти, у когось – яблука і груші або ще щось. Українське село повинно жити. Залежно від успіху, будемо планувати можливість розширення цього бізнесу.

«ДУХМЯНЕ ЗАДОВОЛЕННЯ»:
проєкт бізнес-плану на створення кав'ярні-пекарні

Деліта Інна Олексіївна,
викладач Державного навчального закладу
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»

e-mail: inna.delita1987@gmail.com

Короткий опис

Кав'ярня-пекарня «Духмяне задоволення» – це одночасно роздрібна торгівля кавою та хлібобулочними виробами. Планується зацікавити споживачів широким розмаїттям кави, хлібобулочних та кондитерських виробів. Продукція буде пропонуватись за конкурентними цінами, щоб задовольнити попит клієнтів з середнім і високим рівнем доходу місцевих жителів. Чашку кави з тістечком може дозволити собі практично кожен.

Кав'ярні стали не тільки місцем ділових зустрічей і дружніх побачень, ці заклади увійшли до програми вихідного дня або вечірньої прогулянки місцевих жителів. І хоча купити стаканчик еспресо можна мало не в кожному кіоску на зупинках транспорту, класичні кав'ярні, де є можливість відкинутися на спинку стільця і не поспішаючи насолодитися філіжанкою ароматного напою завжди будуть актуальні.

Також планується побудувати сильну ринкову позицію в місті, через досвід промисловості партнерів і м'яке конкурентне середовище в цій галузі.

Визначення проблеми

На сьогоднішні важливою проблемою створення власної справи є: створення високоприбуткового підприємства, організація отримання стабільного прибутку, задоволення ринку споживання харчових продуктів високої якості. Також є висока залежність від обраного місця розташування, асортименту і уподобань покупців. Кав'ярня-пекарня «Духмяне задоволення» буде створена як приватне підприємство. Превагами даної юридичної форми є спрощена система оподаткування, незначні витрати на управління тощо. Позитивним є також те, що підприємство сплачуватиме єдиний податок. Отже, відкриття ПП «Духмяне задоволення» – це оптимальний вибір для тих, хто бажає розпочати власну справу, хоче мінімізувати ризики і отримати стабільний прибуток.

Обґрунтування

На ринку продажу кави та хлібобулочних виробів останнім часом спостерігається швидке зростання. Клімат м. Хмельницького стимулює споживання гарячих напоїв протягом усього року. Кав'ярня-пекарня – це підприємство, яке крім кави, реалізує різноманітний асортимент хлібобулочних та кондитерських виробів, де можна не тільки насолодитися чашечкою кави, а й насолодитися смачною випічкою і приємно провести час. Відвідувачам пропонується ознайомитись зі свіжими газетами та журналами.

Життя в місті має скажений ритм. А в нашому закладі завжди можна зробити паузу, відпочити і перекусити, зустрітися з давнім другом за чашкою кави чи капучино. Формат підприємства буде простий і зрозумілий як для українців, так і для європейців. Завдяки цьому планується мати велику кількість задоволених клієнтів. Невеличка кав'ярня на кілька місць, поєднана з магазином з продажу кави та чаю буде, затребувана і в мільйонниках, і в невеликих містечках. Продуктова рентабельність може перевищувати 100%.

У своїй діяльності підприємець планує подальше розширення виробничих потужностей та нарощування обсягів надання послуг та створення нових робочих місць.

Детальна характеристика продукту (послуги) та його ринку

У меню кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» буде представлений широкий асортимент кавових напоїв різних сортів кави з додаванням різних топінгів, ароматних і запашних чаїв, прохолодних напоїв, соків.

При складанні меню слід враховувати, що основою асортименту повинна бути кава та напої на її основі, відповідно, кава може бути представлена не тільки різними способами приготування (еспресо, лате, капучино тощо), але і різними сортами і видами, відмінними своїми смаковими характеристиками. Присутність у меню свіжої випічки та кондитерських

виробів позитивно впливає на виручку закладу. Додатковий напрямок заробітку – продаж кави в роздріб. Націнка може скласти 20-80%. З часом, при успішній роботі закладу можна відкрити ще один заклад з акцентом на продаж меленої кави, або навпаки.

Унікальною конкурентною перевагою буде створення на каві різноманітних малюнків. Так, мистецтво прикраси кави малюнками перетворить кавування у вишуканий ритуал і надовго запам'ятається клієнтам закладу.

Приблизний асортимент кондитерської продукції

Випічка	Кондитерські вироби	Інше
батончики	східні солодощі (халва, шербет тощо)	сухі сніданки
бісквіти	грильяж	набори солодкої продукції
вафлі	молочні вироби	напівфабрикати
коржі	мармелад	шоколадна паста
кекси	повидло	
печиво, пряники	шоколад	
тістечко	шоколадна паста	
рулети	зефір	
торти	цукерки	
пироги		
хліб, хлібобулочні вироби		

Перерахований перелік завжди можна розширити, включивши в нього інші популярні вироби, що користуються попитом, чи здивувати гостей якимись новинками або стравою власного рецепту. Такі новинки залучать у заклад масу відвідувачів, утримати їх і перетворити в постійних клієнтів дозволить тільки пропозиція якісної продукції.

У кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» можна затишно і весело провести дозвілля в колі близьких і друзів:

- сімейна пара, яка хоче удвох або разом з дітьми провести час у сімейному колі та порадувати себе смаколиками;
- студент або просто молода людина, яка хоче зустрітися з компанією друзів;
- чоловік або жінка, які хочуть випити запашної кави і спробувати новий десерт;
- гість нашої країни, який хоче побувати в закладі з українською душею і гостинністю.

Дуже важливо правильно вибрати постачальника кави, і справа не тільки у вартості закуповуваної сировини. Потрібно враховувати асортимент продукції, наявність необхідних документів про якість кожного сорту – сертифікати відповідності на продукцію, на виробництво, висновок санітарно-епідеміологічної експертизи тощо, умови доставки та обсяги мінімальної закупівлі. Крім цього, потрібно розбиратися в смакових характеристиках різних сортів кави, рецептах різних сумішей, способах їх приготування, якісній і неякісній каві. В асортименті закладу повинен бути широкий асортимент кави (25-35 сортів), інакше буде складно конкурувати з супермаркетами, в яких також продають каву. Варто продавати тільки натуральну каву з різних країн. Саме різноманітністю вишуканих сортів кави можна «брати» клієнтів. Високоякісний напій виходить виключно зі свіжомелених зерен.

Конкуренцію кав'ярні-пекарні «Духмяне задоволення» будуть становити схожі заклади та кав’ярні, розташовані на зупинках міста. Жорстка конкуренція на ринку змушує власників закладів йти шляхом розширення асортименту, створення нової продукції, яка володіє конкурентними перевагами.

Просування і реклама

Якщо людину зустрічають по одягу, то кав'ярню спершу оцінюють по інтер'єру і екстер'єру. Оформлення кав'ярні-пекарні – це завжди приємні для ока кольори, лаконічний дизайн і вдало створена атмосфера затишку. Але важливо розуміти, що така атмосфера – це результат не тільки візуального оформлення, а й наполегливої праці дружного колективу.

Наш персонал – це молоді та енергійні люди. Вони зустрічають гостей посмішками і гарним настроєм, надихаючи відвідувачів і заряджаючи їх бадьорістю на весь день.

Смачно готувати і годувати людей – це основний девіз закладу. Ми – це кав'ярня-пекарня в форматі street-food; це унікальний простір, для кожного, хто цінує якісну і свіжу продукцію: від гарячої домашньої випічки до смачних напоїв.

Гарне місце для кав’ярні-пекарні – вирішальна умова ефективного бізнесу. Як правило, успішні кав’ярні розташовуються в жвавих місцях у центрі міста, бажано, недалеко від торгових і торгово-офісних центрів, на торгових вулицях. Тим більше, якщо відкрити заклад у приміщенні ТРЦ, то відразу буде вирішено питання з охороною, оскільки охорона об’єктів всередині ТРЦ або офісного комплексу – обов’язок їх служб безпеки. Приміщення для кав’ярні повинно мати свою «фішку», яка буде вигідно відрізняти заклад від конкурентів.

Маркетингова діяльність закладу має бути спрямована на те, щоб охопити якомога більшу кількість споживачів потенційного ринку та на завоювання популярності серед клієнтів. Основні етапи: дослідження ринку, планування товарної, цінової, комунікаційної політики, і як наслідок, створення і максимальне задоволення створеного попиту на заклад.

Першочергова мета рекламної кампанії – ознайомлення всіх потенційних споживачів із особливостями продукції та послуг, що будуть надаватися. Рекламна кампанія передбачає такі заходи: встановлення яскравої вивіски на закладі та рекламних щитів в районі розташування закладу; масштабна реклама в засобах масової інформації, соціальних мережах, створення власного бренду – фірмового стилю підприємства, створення власного сайту; найбільш ефективним буде адресне промо, розраховане на потенційну аудиторію. Наприклад, ставши володарем одного з флаєрів, які роздають розповсюджувачі в безпосередній близькості від закладу, відвідувачі можуть претендувати на другу чашку кави безкоштовно. Крім цього, умілий і товариський продавець – бариста – людина, яка безпосередньо продає напої та спілкується з гостями закладу, завойовує клієнтів ефективніше всяких знижок, рекламних щитів і цукерочок до чашки кави.

Одним з основних моментів програми маркетингу є цінова політика. Ціновий фактор може відігравати значну в формуванні попиту на різні види продукції. Тому для раціональної цінової політики, що дозволяє впливати на споживчий попит у необхідному напрямку і за рахунок цього отримувати достатній рівень прибутку, важливо проаналізувати цінову еластичність попиту за асортиментом продукції. Для цільового сегменту ринку споживачів – населення, рівень доходу якого в середньому становить від 5000 до 10000 грн. на місяць, на такі види продукції, які будуть реалізовуватись в нашому закладі коефіцієнт еластичності попиту залежно від ціни більший за одиницю, тобто, знижуючи ціни на продукції, приблизно на 5%, кав’ярня-пекарня може отримувати приріст товарообігу за рахунок зростання кількості купівель більший, ніж його втрати від зниження цін. Отже, попит на ці види продукції є еластичним. Застосовуючи диференційовані оцінки цінової еластичності реалізованого попиту на різні види продукції, можна впливати на структуру та кількість реалізації так, щоб отримувати необхідний рівень прибутку, не втративши клієнтів. Тому буде робитись акцент на ціновому факторі, оскільки ціни є найнижчими при високій якості продукції та кваліфікованому обслуговуванню. Враховуючи це, підготовлено рекламне звернення: «Тільки в кав’ярні-пекарні «Духмяне задоволення» за невеликі кошти Ви зможете випити філіжанку найсмачнішої кави в місті, поласувати смаколиками власного виробництва, пригостити рідних та друзів і при цьому залишитись приємно вражені обслуговуванням!».

Організація і реалізація проєкту

Одне з найбільш значних вкладень – кавомашина. Існує три класи обладнання: професійне, напівпрофесійне і побутове. Останнє ні в якому разі не можна використовувати для комерційних цілей – занадто слабкі можливості з приготування напоїв, та й навантаження не витримає. Застосування напівпрофесійної техніки виправдано тільки в закладах з невеликим навантаженням на обладнання. Скажімо, якщо потрібно організувати дегустацію напою. Тому вибирати агрегат для кав'ярні випливає з категорії професійних машин. Професійні кавомашини діляться на дві основні категорії: ручні та автоматичні. Ручні моделі працюють на молотом кави, вимагають наявності кавомолки, ряду аксесуарів і кваліфікованого персоналу. Рівень цін на кавомашини приблизно наступний: напівавтомат з однією групою, здатний обслуговувати невелике кафе – $ 1,5-2,5 тис; автомат з двома-трьома групами – $ 2,5-5 тис. Під модель кавоварки підбирається кавомолка ($ 300-700) і пом'якшувач води (близько $ 150, кавомашини примхливі і працюють тільки з ідеальною водою). При виборі кавомашини слід уточнити у продавця особливості її сервісного обслуговування. Кавомашини вимагають догляду і сервісу: ремонту, заміни фільтрів, прокладок, чищення від накипу і кавових смол. Періодичність проведення цих процедур залежить від інтенсивності використання кавоварки і якості води. В Інтернеті можна знайти оголошення про продаж б/у кавомашин. Ціна на них удвічі-втричі нижче нових. Але якщо вийдуть з ладу основні вузли, то ремонт обійдеться більше, ніж вдалося заощадити.

Додаткове джерело доходів закладу – продаж мелених зерен кави. Багато відвідувачів воліють купувати додому мелені зерна вподобаного напою. Ще приблизно 400 $ потрібно для покупки професійного міксера. Влітку знижуються продажі кави, зате зростає попит на молочні коктейлі. Їх рентабельність сягає 350%. Для зберігання молока, льоду та безалкогольних напоїв потрібен холодильник. Багато оптових продавців кави пропонують кавомашини в оренду. На перший погляд, це дуже вигідна пропозиція, особливо для починаючого підприємця. Але вартість кави в цьому випадку може бути значно вище ринкової. Потрібна буде барна стійка для міні-кав'ярні площею, не менше 4 кв. м. Стійку краще купувати універсальну – її можна розмістити де завгодно, на випадок, якщо доведеться переїжджати. Також необхідна холодильна вітрина для демонстрації і зберігання випічки та кондитерських виробів. Ще знадобляться 3-4 барні стільці для відвідувачів, 1 для продавця, кавові столики і стільці. Для еспресо підійдуть тільки картонні стакани, для капучино, лате і американо – «піностакани», зі спіненого полістиролу. Від пластмасових стаканчиків краще відмовитися – пластмаса під впливом високої температури насичує напій шкідливими речовинами. Знадобляться серветки з розрахунку 1 пачка на день, палички для замішування – 100 шт. у день і стільки ж ложечок. Але є і те, без чого не може обійтися жодна кондитерська: пароконвекційна кондитерська піч, тістомісильний апарат, електричний міксер, автомат для фасування та упаковки продукції, холодильник, соковижималка, посуд для кав'ярні-пекарні.

Кожен рік на ринку обладнання з'являються нові моделі технічних апаратів. Зрозуміло, що від їх якості залежить і якість продукції, що виготовляється. На сьогодні простіше придбати готовий комплект обладнання для цеху, ніж купувати його окремо. Технічне оснащення має дозволяти підвищувати обсяги виробництва, відповідати іміджу підприємства, повністю виправдовувати вкладення. Правильне оснащення закладу, виходячи з сумарного досвіду діючих виробництв, повинно успішно прослужити не менше 8 років.

Підсумковий список необхідного обладнання в потрібній для реалізації проєкту кількості залежить від асортименту продукції і виділеного бюджету.

Процес управління підприємством – це сукупність взаємопов'язаних заходів та дій, спрямованих на забезпечення оптимального співвідношення робочої сили, матеріальних та фінансових ресурсів. Ритмічне виробництво продукції та високий рівень обслуговування

залежить не тільки від технічного стану виробничих приміщень і технічного обладнання залів, але і від ділових якостей працівників.

Структура управління – це сукупність та супідрядність взаємопов'язаних організаційних одиниць чи ланок, які виконують визначені функції. Елементом структури є орган управління, який являє собою групу працівників, об'єднаних вирішенням однієї задачі – задовольнити запити споживачів. Головою цієї групи є керівник – працівник, який виконує функції управління, яке побудоване за функціональною ознакою – кожен виконавець має завдання-функцію, яку він повинен якісно і своєчасно виконувати, за що отримує відповідну винагороду. Розмір винагороди визначається залежно від якості та кількості виконаних робіт. Така організаційна структура визначає стабільність функціонування підприємства.

Оплата праці робітників здійснюється за системою твердих ставок і премій, які нараховує бухгалтер (середній оклад – 7000 грн. на місяць); премії залежать від результатів фінансово-господарської діяльності підприємства – преміальний фонд становить 9% товарообігу кав'ярні-пекарні.

Адміністрація – це група посадових осіб, яка є частиною трудового колективу на чолі з директором, і здійснює керівництво діяльністю колективу.

Трудовий колектив підприємства – це сукупність людей, які пов'язані між собою єдиною метою, спільною працею по виробництву та реалізації продукції.

Директор (власник) є відповідальним за організацію та результати всієї торгово-виробничої діяльності підприємства: виконання встановленого плану по товарообігу та прибутку, культуру обслуговування відвідувачів, якість продукції, стан обліку та контролю, зберігання матеріальних цінностей, дотримання трудового законодавства. Також особисто відповідає за підбір та розміщення кадрів.

Завідувач виробництвом відповідає за виконання планових завдань з виробництва і повинен забезпечити раціональне використання сировини та організувати кулінарну обробку продуктів з додержанням правил технології приготування їжі, досягнути випуск продукції високої якості, кожен день складати меню з урахуванням тих продуктів, які є в розпорядженні, вивчати попит відвідувачів, забезпечувати додержання на виробництві правил санітарії та гігієни, охорони праці та техніки безпеки, своєчасно подавати в бухгалтерію звіти про використання товарно-матеріальних цінностей.

Підбір працівників проводиться серед молодих осіб, які закінчили заклади освіти чи вже мають досвід роботи, та людей які потребують роботу. Працівники повинні бути висококваліфікованими, творчими, мати вміння і навички в сфері громадського харчування.

Штатний розклад та фонд оплати праці

№з/п	Посада	Оклад, грн.	Кількість осіб	Сума, грн.
Адміністративний				
1	Бухгалтер	10 000	1	10 000
2	Керівник	16 000	1	16 000
3	Адміністратор	9 000	2	18 000
Виробничий				
4	Пекар-кондитер	12 000	2	24 000
5	Працівник кухні	7 000	2	14 000
6	Бариста	7 000	2	14 000
Торговий				
7	Офіціанти	8 000	2	16 000
Разом:				112 000
Соціальні відрахування:				30 600
Разом з відрахуваннями:				142 600

Фінансовий план

Фінансовий план складений на п’ятирічний період та враховує всі доходи і витрати проєкту. Під доходами розуміється виручка від операційної діяльності. Інші доходи проєктом не передбачені. Виручка першого року реалізації проєкту – 9,3 млн. грн.; чистий прибуток (після сплати податків) – 5,6 млн. грн. Виручка другого та наступних років – 12,5 млн. грн, чистий прибуток – 6,0 млн. грн. Інвестиційні витрати становлять 754 000 грн. та включають витрати на придбання основних засобів, підготовку приміщення, закупівлю сировини, а також формування фонду оборотних коштів, з якого покриваються збитки початкових періодів, до виходу проєкту на окупність. Власні кошти ініціатора проєкту – 0,4 млн. грн. Нестача коштів планується залучити у вигляді банківського кредиту на термін 36 місяців під 18% річних. Виплата кредиту здійснюється щомісячно, кредитні канікули – три місяці.

Інвестиційні витрати

№з/п	Найменування	Сума, грн.
	Нерухомість	
1	Оздоблення приміщення	120 000
	Устаткування	
2	Комплект обладнання	340 000
	Нематеріальні активи	
3	Проєктування	21 000
4	Дизайн-проєкт	30 000
5	Розробка веб-сайту	13 000
6	Стартова рекламна кампанія	25 000
	Оборотні кошти	
7	Оборотні кошти	175 000
8	Закупівля сировини	30 000
Разом:		754 000
Власні кошти:		400 000,00
Необхідні позикові кошти:		354 000
Ставка:		18,00%
Термін, міс.:		36

Змінні витрати включають витрати на інгредієнти, які використовуються в приготуванні продукції, на воду, газ та електроенергію, витрачені в процесі виробництва. Для спрощення фінансових розрахунків змінні витрати розраховуються на суму середнього чека при фіксованій торговельній націнці в 250%. Постійні витрати включають орендну плату, комунальні платежі, рекламу, комісію агентам (мобільних додатків, онлайн-сервісів), амортизаційні відрахування (їх розмір визначається лінійним методом, виходячи з терміну корисного використання основних фондів та нематеріальних активів за 5 років).

Постійні витрати

№з/п	Найменування	Сума в міс., грн.
1	Орендна плата	40 000
2	Реклама	10 000
3	Комунальні платежі	3 500
4	Комісія агентам	5 000
5	Амортизація	11 000
6	Адміністративні витрати	5 000
Разом:		74 500

Оцінка ефективності та інвестиційної привабливості проєкту заснована на детальному аналізі фінансового плану, грошових потоків, а також простих та інтегральних показників ефективності. Для обліку зміни вартості грошей у часі використовується метод дисконтування грошових потоків. Ставка дисконтування – 20%.

Основними факторами успіху проєкту є:

- широкий оригінальний асортимент та ретельно розроблена рецептура;
- використання тільки натуральних інгредієнтів;
- ручна робота, повний цикл виробництва без напівфабрикатів;
- вдале розташування кав'ярні-пекарні.

Інвестиційні витрати спрямовані на придбання основних засобів, реалізацію стартової рекламної кампанії, а також на формування фонду оборотних коштів, кошти з якого спрямовані на покриття збитків до виходу проєкту на окупність.

Основні показники ефективності проєкту

Термін окупності (PP), міс.	6
Дисконтований термін окупності (DPP), міс.	7
Чиста приведена вартість (NPV), грн.	1 344 000
Коефіцієнт рентабельності інвестицій (ARR),%	69,92%
Внутрішня норма прибутку (IRR),%	32,52%
Індекс прибутковості (PI)	1,08

Можливості, загрози та фактори ризиків

Під ризиком у бізнес-плані розуміють можливу небезпеку втрати інвестованих коштів внаслідок специфічних явищ природи або тих чи інших видів діяльності людини. Обрана нами галузь не є виключенням, тому і їй притаманні певні ризики. Ефективність управління ризиками обумовлюється їх класифікацією. Залежно від можливого результату (наслідку) ризики можна поділити на дві великі групи: *чисті та спекулятивні*.

Чисті ризики означають отримання негативного або цільового результату. До них відносять: *природний* – для місцевості, де буде розташована кав'ярня-пекарня, цей ризик не є характерним, тому що природні ризики виникають у результаті стихійних лих. Оскільки кав'ярня-пекарня розташована в місті, то рівень такого ризику є низьким; *екологічний* – цей ризик непритаманний, адже діяльність закладу не викликає забруднення навколишнього середовища; *політичний* – цей ризик частково притаманний, оскільки збільшення величини єдиного податку призведе до збільшення витрат підприємства і як наслідок збільшення цін і зменшення величини попиту. Найкращим способом захисту від чистих ризиків є зовнішнє страхування.

Спекулятивні ризики можуть мати як позитивні результати, так і негативні. До цієї групи ризиків можна віднести *комерційні*. Вони притаманні діяльності кав'ярні-пекарні і поділяються на: *майнові* – можуть виникати в результаті втрати майна; *виробничі* – підвищення цін на сировину і матеріали (в результаті інфляційних процесів). Ризик банкрутства є незначним, оскільки попит є постійним.

Отже, найбільшими ризиками для цього виду бізнесу є комерційні:

- висока ймовірність появи нових конкурентів;
- висока нестабільність купівельної спроможності;
- зміна смакових уподобань покупців;
- інфляція;
- зростання цін на витратні матеріали, електрика, газ, підвищення орендної плати тощо.

Реалізація ідеї, проєкту

Початок реалізації проєкту – безпосередньо після прийняття бізнес-плану замовником, або після одержання кредитних чи інвестиційних коштів.

Основні етапи реалізації цього проєкту, умови і терміни їх виконання

Укладення інвестиційного договору	1 місяць
Отримання позикових коштів	1 місяць
Внесення в держреєстр, постановка на облік в адміністративних і податкових органах	1 місяць
Підбір місця розташування та оформлення документації	1-6 місяців
Придбання та монтаж обладнання	1 місяць
Підбір персоналу	1 місяць
Проведення маркетингової кампанії	1-2 місяці

Додаткова інформація

У подальшому планується створити мережу кав’ярень-пекарень «Духмяне задоволення» – це ідеальний, демократичний бренд з доброзичливим, трохи гучним сервісом, відмінним дизайнерським інтер'єром, зі свіжим, якісним, натуральним продуктом за доступною для всіх верств населення ціною. У кожному закладі пануватиме атмосфера затишку та високий рівень обслуговування гостей, забезпечення комфортного і приємного проведення часу.

«ФРІЛАНС НАВПАКИ»:

бізнес-проєкт

Виконала:
Михальчук Карина,
учениця Державного навчального закладу
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»,
професія «Кухар, офіціант, адміністратор»

Керівник :
Загородня Олена Миколаївна,
викладач Державного навчального закладу
«Хмельницький центр професійно-технічної освіти сфери послуг»

e-mail: anel101075@ukr.net

Анотація проєкту, його основна ідея

У будь-якій країні завжди є вразливі соціальні групи, які потребують підвищеної уваги з боку суспільства та держави, наприклад, люди пенсійного віку, люди з обмеженими фізичними можливостями, люди, що перенесли складні операції і не можуть виконувати певні фізичні навантаження тощо. Практика розвинених країн свідчить, що захист соціальне вразливого населення повинен бути пріоритетним напрямком соціальної політики держави. Нинішня система соціального захисту перебуває на етапі становлення, хоч і налічує безліч нових видів послуг, які надають різноманітні спеціалізовані заклади, поряд із якісним перетворенням вже існуючих.

Метою даного проєкту є надання послуг у приготуванні обідів людям, які перебувають у складній життєвій ситуації у зв'язку з хворобою, післяопераційного періоду чи не здатні до самообслуговування і не мають рідних, які повинні забезпечити їм догляд і допомогу у приготування їжі. Ця допомога буде надаватися учнями закладів професійної (професійно-технічної) освіти (далі – ЗП(ПТ)О), які здобувають професії харчової промисловості і мають уже певні розряди з них.

Ринок фріланс-послуг на сьогодні досить розвинений у Європі й Америці і стрімко розвивається в Україні, залучаючи нових учасників як з боку виконавців, які пропонують послуги, так і з боку приватних осіб і організацій, готових до співпраці на віддаленій основі. Сучасні фрілансери працюють у більшості випадків через інтернет вдома у багатьох видах діяльності, в тому числі і в харчовій сфері. Переважно вони надають послуги в обслуговуванні банкетів, обідів, фуршетів тощо, або ж приготуванні їжі на вивіз – кейтеринг.

Ми ж пропонуємо фріланс «навпаки», а саме: **приготування їжі вдома у замовника, причому із продуктів замовника.** Звичайно, якщо продукти необхідно докупити, то це здійснюється за додаткову плату. Чимало людей похилого віку, які не можуть в силу свого віку повноцінно приготувати обід, чи люди з хворобами опорно-рухової системи, після операцій, із задоволенням за невелику плату можуть найняти кухара.

Шляхи реалізації проєкту та його організація

Бізнес-ідеї в сфері їжі і напоїв – це те, що знаходиться в постійному споживанні, до того ж виробництво продуктів харчування не вимагає великих витрат і швидко окупається. Приналежність проєкту до певної соціальної групи набуває дедалі більшого значення в сучасному світі: соціальні групи – це стрижень майбутнього. І цим ми скористуватися під час вибору цільової аудиторії свого бізнесу. Таким чином, реалізація проєкту дозволить:

- ✓ отримати прибуток від реалізації проєкту;
- ✓ відкрити бізнес нового типу, який буде надавати ексклюзивні пропозиції;
- ✓ сформувати постійну клієнтську базу;
- ✓ задовольнити споживчий попит у сфері громадського харчування та послуг.

Приміщення під бізнес такого плану не потрібне. Проте необхідна людина, яка буде приймати замовлення і виконувати роль диспетчера викликів для співробітників, при цьому вона може виконувати ці функції вдома. Слід враховувати той фактор, що послуги відбуватимуться в обідній час і необхідно розробити оптимальні короткі транспортні схеми маршруту в різні райони міста. Для учнів ЗП(ПТ)О такий вид бізнесу – це своєрідний підробіток. Оскільки учні ЗП(ПТ)О ще не мають найвищих розрядів, а досвід у приготуванні їжі чималий, то оплата їх послуг відповідно буде значно нижче ринкової, що робить такі послуги привабливими для категорії людей зазначених вище.

Маркетинговий план

Підготовку маркетингової стратегії необхідно провести за 1-2 місяці до планованого початку діяльності, а з початку надання послуг перейти в активну фазу реклами. На попередньому етапі до початку діяльності ефективним є використання різноманітних інтернет-ресурсів (створення сайту, просування його), щоб максимально забезпечити прихід нових клієнтів. Оскільки клієнти – це специфічна категорія і не всі мають можливість доступу та вміння працювати з інтернетом, то наступним кроком маркетингу буде залучення однокурсників та друзів до пошуку інформації про людей, які потребують такої допомоги.

Серед основних кроків, що дозволять реалізувати цілі і завдання проєкту, а також налагодити ефективну маркетингову стратегію, необхідно виділити наступні:

- ✓ виготовлення рекламних буклетів та візиток;
- ✓ проведення роз'яснювальних бесід у дворах будинків із пенсіонерами;
- ✓ розповсюдження рекламної продукції у соціальних службах міста;
- ✓ співпраця із соціальними працівниками, які б рекомендували підопічним послуги;
- ✓ поінформованість серед населення про існування такого виду послуг у місцевих ЗМІ;
- ✓ рекомендація людей, які вже скористалися послугами («сарафанне радіо»).

Фінансовий план

Загальна вартість реалізації проєкту складає близько 500 грн. Фінансування організації проєкту буде відбуватися за рахунок власних коштів.

№з/п	Послуги	Вартість	Примітка
1.	Приготування комплексного обіду	60 грн	
2.	Приготування перших страв	30 грн	
3.	Приготування гарнірів	40 грн	
4.	Випічка	40 грн	
5.	Приготування салатів	30 грн	
6.	Закупка продуктів для готування	30 грн	Окремо оплата дорожніх витрат
7.	Десерти	40-50 грн	Залежно від складності
8.	Приготування страв для банкету (день народження тощо) на 10 осіб	300 грн	
Розширення послуг і використання власної побутової техніки за домовленістю за окрему плату.			

Конкуренція у сфері громадського харчування досить серйозна. Великий попит і хороший прибуток породжують велику конкуренцію в цій сфері діяльності. Але ми вважаємо, що наш проєкт матиме успіх, оскільки цей сегмент послуг до уваги місцевого бізнесу не брався, а ціни на наші послуги помірні і не обтяжливі для категорії клієнтів. Такий бізнес цілком реально почати з мінімальними вкладеннями, тому для початківців – це найдоступніший спосіб заробітку.

Дуже важливим нюансом, який суттєво впливає на прибуток, є грамотне обслуговування замовника. Погодьтеся, що навіть низькі ціни, смачна їжа і акції не допоможуть, якщо кухар буде відверто грубіянити, або ж буде мати неохайний вигляд. Ми хочемо, щоб у нашій справі завжди була маса задоволених клієнтів, тому дбатимемо про свою репутацію.

Меню і додаткові послуги

Правильно сформоване меню і грамотна цінова політика підвищать прибуток і скоротять терміни окупності бізнесу. На сьогодні існує дуже багато видів страв. Ми пропонуємо в меню страви української традиційної кухні, а також плануємо враховувати побажання клієнтів.

Заробляти на приготуванні їжі легко, коли є регулярні замовлення. Природно, що першими замовниками будуть рідні, близькі та друзі. Ми постійно будемо працювати на розширення клієнтської бази, всі готові роботи розміщувати в соціальних мережах, подавати оголошення в міську газету, а також на сайти.

Розділ 5

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ ТА РЕСТОРАННОГОГОСПОДАРСТВА

методичні рекомендації

Ткаченко Михайло В'ячеславович,
к.п.н., викладач-методист
Державного навчального закладу
«Одеське вище професійне училище торгівлі
та технологій харчування»

e-mail: ovputtp_54@ukr.net

ЗМІСТ

ВСТУП

1. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2. ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГАЛУЗІ ТОРГІВЛІ ТА РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

2.1. Проєктування формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства у змісті професійної освіти торгово-кулінарного профілю

2.2. Методи формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства

2.3. Забезпечення формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства

ВИСНОВКИ

ЛІТЕРАТУРА

ВСТУП

В умовах динамічного технологічного розвитку виробництва сфери послуг, зокрема сфери торгівлі та ресторанного господарства, відбуваються закономірні зміни в діяльності сучасного робітника, спрямовані на її інтелектуалізацію, забезпечення тісної взаємодії розумових і практичних дій, використання отриманих знань і навичок у підприємницькій діяльності.

У сучасному економічному просторі підприємницька діяльність охоплює нові об'єкти, значно збільшується та урізноманітнюється кількість суб'єктів цієї діяльності, нового змісту набуває механізм реалізації взаємин із споживачами. У цих умовах людина виступає активним суб'єктом на ринку праці, має можливість вільно розпоряджатися головним капіталом – своєю кваліфікацією.

Ринкові відносини в Україні останнім часом набирають сил. Залежно від соціально-економічних умов темпи перетворень різні, але напрямок один – рух до ринку. В умовах становлення і розвитку ринкової економіки провідною формою господарювання має бути підприємництво – особливий вид виробничо-торгівельної діяльності, надання послуг чи посередництва, який характеризується повною свободою вибору та інноваційним характером здійснення, значною ймовірністю економічного ризику та чіткою орієнтацією на досягнення певного комерційного зиску.

Бізнес, підприємництво, комерційна діяльність стають природною складовою частиною української економіки, що свідчить про її рух до ринкових форм та методів господарювання. Для багатьох людей бізнес стає основним видом роботи або формою вторинної зайнятості. Особливо прагне до участі в бізнесі молоде покоління.

Підприємницька діяльність як сучасна система управління фірмою, підприємством, існуючих в умовах ринкової економіки, передбачає створення умов, необхідних для їх ефективного функціонування та розвитку виробничо-господарської діяльності. Широкий вихід вітчизняних підприємств і об'єднань на світові ринки обумовлює необхідність вивчення та знання практики.

На сучасному етапі розвитку економіки України, що характеризується посиленням вимог до підготовки кадрів для сфери обслуговування, стає обґрунтованою потреба вдосконалення підготовки здобувачів освіти закладів професійної (професійно-технічної) освіти (далі – ЗП(ПТ)О).

Задоволення сучасних і перспективних потреб ринку праці в кваліфікованих, конкурентоспроможних працівниках, які мають широкий політехнічний світогляд, професійну мобільність, високу загальну і виробничу культуру, розглядається як одна із головних цілей професійної (професійно-технічної) освіти (далі – П(ПТ)О) в умовах сьогодення.

Необхідність досягнення якісно нового рівня підготовки здобувачів освіти й у подальшому забезпеченні готовності випускників до професійної діяльності, які володіють підприємницькою компетентністю, спричинила пошук ефективних засобів використання нових технологій навчання, визначення нових шляхів розвитку підприємницької компетентності.

Професії сфери торгівлі та ресторанного господарства користуються широким попитом у населення та на ринку праці.

1. Концептуальні засади формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства

Сучасні економічні, політичні й соціальні зміни у суспільстві потребують від молоді здатності швидко адаптуватися в самостійному житті, інтегрувати здобуті знання у практичній діяльності, реалізовувати здобуті знання, цілеспрямовано використовувати власний потенціал як для самореалізації, так і в інтересах суспільства, держави.

В умовах трансформації економіки України в соціально-орієнтовану існує потреба в професійних підприємцях, які здатні займатися підприємницькою діяльністю. Тому дедалі більшого значення набуває удосконалення системи П(ПТ)О з питань створення необхідних умов для інноваційного розвитку професійного навчання, формування у здобувачів освіти лідерських та підприємницьких якостей, підготовки молодого покоління до ефективної діяльності в ринкових умовах.

Загальна мета формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства обґрунтована розумінням основного призначення П(ПТ)О, зокрема: забезпечення робітничих кадрів потрібним кваліфікаційним рівнем, який відповідає вимогам і попиту сучасного виробництва, сприяння в оволодінні сучасними виробничими технологіями, підготовленості майбутніх фахівців не тільки на виконання виробничих процесів, спрямованих на виготовлення якісної продукції, а і до вирішення реальних підприємницьких завдань на основі отриманих знань, умінь у сфері економіки, маркетингу, менеджменту, права і початкового досвіду практичної підприємницької діяльності.

На жаль, серед головних недоліків професійної підготовки майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства, які увійшли у протиріччя з сучасними потребами розвитку малого та середнього бізнесу в Україні і вимогам здатності особистості до підприємницької діяльності, можна назвати такі, як недостатній рівень формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності у змісті П(ПТ)О кулінарного профілю; низький рівень забезпечення формування підприємницької компетентності здобувачів освіти шляхом впровадження в освітній процес відповідних форм і методів, низька мотивація до практичної підприємницької ініціативи.

Подолання означених протиріч потребує переосмислення концептуальних засад формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності, яка передбачає формування економічного мислення, розуміння базових економічних, фінансових категорій, володіння навиками ефективної господарської діяльності, знанням чинного законодавства; аргументованої мотивації свідомо підвищувати свій кваліфікаційний рівень; здатність особистості до самореалізації, самовдосконалення, саморозвитку, соціальної відповідальності.

Напрями розв’язання проблеми підготовки учнівської молоді до підприємницької діяльності розкрито у роботах В.Дрижака, Д.Закатнова, С.Мельника, Н.Пасічник, Н.Побірченко, О.Тополь та інших дослідників. Деякі аспекти підприємницької підготовки учнів ЗП(ПТ)О висвітлено у дослідженнях М.Бойко, Л.Козачок, Н.Побірченко, Н.Покатиловського, І.Прокопенка, О.Семенюк, О.Щербак та ін. Практичні аспекти професійної підготовки фахівців ресторанної справи висвітлені в наукових працях І.Гайового (формування практичних умінь); М.Пальчук (організація практичного навчання); Т.Стахмач (розвиток самостійності) та ін.

Важливими організаційно-педагогічними умовами формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності є: оновлення

змісту П(ПТ)О торгово-кулінарного профілю, впровадження авторського навчального курсу «Підприємницька діяльність», творчих завдань, критеріїв їх оцінювання, організація діяльності, професійних факультативів, конкурсів; залучення здобувачів освіти ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю до участі у конференціях, семінарах.

2. Педагогічні умови формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства

2.1. Формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства у змісті професійної освіти торгово-кулінарного профілю

Аналіз вітчизняних та зарубіжних досліджень свідчить про необхідність посилення у структурі змісту професійної освіти ролі формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності. Проєктуючи зміст професійного навчання щодо формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності, доцільно враховувати значущість навчального матеріалу для успішного формування підприємницької компетентності, специфіку розподіленого між навчальними предметами матеріалу з огляду на систематизацію наукових знань та їх дидактичну інтерпретацію, соціальні, дидактичні та методичні можливості реалізації навчального матеріалу в процесі навчання.

Термін «проєктування» означає створення проєкту, формування припущення, намічання плану. Під проєктуванням формування підприємницької компетентності у змісті теоретичного та виробничого навчання розуміється відбір таких знань, які зумовлюють забезпечення формування підприємницької компетентності, що дозволить майбутнім фахівцям торгівлі та ресторанного господарства у майбутньому діяти ефективно в ситуаціях професійного зростання та визначитись у сфері підприємницької діяльності.

Проєктування формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності ґрунтується на сукупності фундаментальних понять, законів, теорій, які визначають сучасну природничо-наукову та соціальну картину світу; основних галузях застосування теоретичних знань; методологічних знаннях (у тому числі інформацію про історію пізнання), що забезпечить свідоме засвоєння та розвиток мислення; інформаційно важливих наукових і соціальних проблемах; узагальнених ідеях і положеннях, що дають уявлення про єдність та розвиток світу тощо.

Проєктування формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності у змісті професійної освіти торгово-кулінарного профілю вимагає, перш за все, предметного аналізу організації освітнього процесу підготовки майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства у ЗП(ПТ)О, тобто аналізу навчальних планів, в яких визначено термін навчання, навчальні предмети, послідовність їх вивчення за роками навчання, кількість годин, яка відводиться на кожний предмет упродовж кожного року навчання.

Дидактичне прогнозування змісту П(ПТ)О торгово-кулінарного профілю, його відбір та проєктування, формування здійснюються на основі загальнодидактичних принципів і критеріїв відбору з урахуванням специфіки галузі торгівлі та харчування і особливостей навчальних предметів. Критерії (в перекладі з грецької – «відмінні ознаки, мірила») мають менш загальний характер порівняно з принципами і сприяють їх реалізації. Критерієм відбору змісту професійної освіти торгово-кулінарного профілю можна вважати таку відмінну ознаку, яка має визначальний характер і набуває пріоритетності в процесі конкретного наповнення визначених компонентів змісту освіти.

У процесі проєктування формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності у складовій змісту професійної освіти пріоритетного значення набуває навчальний матеріал, який, по-перше, сприяє формуванню у підлітків активної соціальної позиції, готовності постійно навчатися у професійному, особистому і суспільному житті, сприяє формуванню здатності адаптуватися до умов суспільного життя, готовності брати на себе відповідальність тощо.

По-друге, актуальності набуває навчальний матеріал, який забезпечує опанування здобувачами освіти професійними компетенціями, формує у здобувачів освіти підприємницьку компетентність, сприяє спроможності особистості до самореалізації, саморозвитку.

По-третє, акцентується увага на необхідності оволодіння різними способами пізнавальної діяльності. Значна увага приділяється методам рефлексивного мислення.

По-четверте, особливого значення в змісті П(ПТ)О набувають уміння здобувати, осмислювати і використовувати різноманітну навчальну інформацію, оволодівати інформаційними технологіями.

Проєктуючи формування підприємницької компетентності, у складовій змісту професійної освіти кулінарного профілю доцільно враховувати такі принципи, як принцип – основа, початок – це головне, вихідне положення будь-якої теорії вчення. Так, **принципи стандартизації** є одним з головних, оскільки основним засобом перевірки і контролю результатів засвоєння змісту професійної освіти, а також пошуку шляхів їх ефективного досягнення, є його стандартизація. Необхідно зазначити, що стандарти не обмежують творчість педагога. Їх призначення – забезпечувати гарантований мінімум обов'язкової професійної підготовки кожного учня, єдині освітні вимоги до якості професійних знань, умінь та навичок, єдину об'єктивну оцінку успішності роботи професійно-технічних навчальних закладів. Стандарти повинні захищати здобувачів освіти від перевантаження, визначаючи максимально допустимий обсяг навантаження, виконувати діагностичну роль у визначенні загального стану професійної підготовки, сприяти досягненню більш високих результатів. Відповідно до принципу стандартизації проєктування формування підприємницької компетентностіу змісті П(ПТ)О майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства зорієнтовано на освітньо-кваліфікаційну характеристику, яка надає в узагальненому вигляді уяву щодо змісту П(ПТ)О, визначає мету, результат підготовки робітника і передбачає поступове розширення його професійного поля діяльності.

Важливим принципом проєктування формування підприємницької компетентності у складовій змісту професійної освіти торгово-кулінарного профілю є **випереджувальний характер професійної підготовки,** що забезпечить майбутнім фахівцям торгівлі та ресторанного господарства спроможність уміло використовувати знання та вміння, необхідні для ефективної професійної діяльності, тобто аналізувати, творчо мислити, передбачати наслідки своїх дій, використовувати здобуту інформацію для підвищення своєї кваліфікації та у подальшій підприємницькій діяльності.

У виробленні наукової позиції стосовно проєктування формування підприємницької компетентності у змісті П(ПТ)О слід враховувати чинник її старіння, що пов'язано із прискоренням науково-технічного прогресу, змін у податковій системі та законодавчій базі щодо розвитку підприємницької діяльності. Тому право, так би мовити, на життя має те знання, яке не лише засвідчує той чи інший факт, а й задає однозначно перспективи розвитку певного галузевого напряму. Визначення таких знань за спрямованістю має забезпечити зберігання і трансформацію фундаментальних наукових знань у кожному навчальному курсі. Такі знання мусять складати єдину основу, що визначається критерієм стабільності. Від неї безпосередньо залежить рівень глибини викладання конкретного навчального предмета, ступінь його фундаменталізації. У зв'язку з цим, одним з пріоритетних принципів, відповідно

до яких проєктується формування підприємницької компетентності у складовій змісту професійної освіти кулінарного профілю, можна вважати принцип фундаменталізації наукових знань.

Одним із основних критеріїв, за якими оцінюють діяльність працівників торгівлі та ресторанного господарства, є культура обслуговування. Тому у проєктуванні формування підприємницької компетентності у складовій змісту професійної освіти має також впливати радикальна гуманізація освіти, посилення особистісного виміру в педагогічній науці, орієнтація на людину та фундаментальні цінності.

Гуманітаризація змісту освіти знаходить прояв у посиленні гуманітарної спрямованості загальнотехнічних і спеціальних предметів. Посилення гуманітарної спрямованості предметів професійно-теоретичної підготовки якнайкраще сприяє вихованню естетично розвиненої, творчої особистості. Завдяки предметам гуманітарної підготовки (українська мова, історія України, всесвітня історія, іноземна мова) збагачується внутрішній світ учня, формується їх свідомість, розвиваються інтелектуальні та творчі здібності.

Одним із основних критеріїв, за якими оцінюють працівників закладів торгівлі та ресторанного господарства – культура обслуговування. Предмет «Професійна етика» надає знання щодо етикету, секретів гостинності, етики спілкування, що сприяє вихованню у здобувачів освіти доброти, вихованості, ввічливості, привітності. Предмет «Психологія» включає навчальний матеріал, який допоможе майбутнім фахівцям торгівлі та ресторанного господарства зрозуміти поведінку клієнтів для вибору найкращого варіанту їх обслуговування; враховувати особливості темпераменту клієнтів, тому що при обслуговуванні кожного з них необхідна різна тактика тощо. Предмети «Організація обслуговування», «Технологія приготування їжі» включає поняття не тільки щодо санітарного стану закладу, рівень механізації основних виробничих процесів, наявність реклами, якість приготування і оформлення страв, а й гарне сервірування столів, високу техніку обслуговування, спілкування з обслуговуючим персоналом.

Рівень знань в області основ економіки, маркетингу, менеджменту, підприємницького права забезпечують спрямованість предметів професійно-теоретичної підготовки, що передбачає формування у майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства економічного та фінансового образу мислення, допомагає засвоїти понятійний апарат, сформувати багаж знань і практичних навичок, забезпечити рівень сформованості ділових якостей, елементів підприємницької культури, рівень готовності до прийняття економічно-обґрунтованого рішення щодо підприємницької діяльності.

Забезпечує професійне становлення майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства професійно-практична підготовка. Зокрема, виробниче навчання передбачає знайомство з підприємствами торгівлі та ресторанного господарства (ресторан, кафе, бар, супермаркет), правилами та нормами безпеки праці. Здобувачі освіти вчаться виконувати роботи на основі технічної документації; вирішувати навчально-виробничі завдання з урахуванням кінцевого результату технологічного процесу або виробництва в цілому. Це надає можливість в комплексі охопити всі сторони реальної діяльності закладів торгівлі та ресторанного господарства.

Під час виробничої практики майбутні фахівці торгівлі та ресторанного господарства на робочих місцях в закладах торгівлі та ресторанного господарства вчаться самостійно виконувати передбачені освітньо-кваліфікаційною характеристикою різні види робіт, наприклад: приготування їж, оздоблення виробів, сервірування столів, прийом і виконання замовлення. Майбутні робітники знайомляться з режимом технологічних процесів, правилами технічної експлуатації устаткування, формами обслуговування відвідувачів, технології щодо раціонального використання сировини, оформлення меню та інше.

У конструюванні формування підприємницької компетентності у складовій змісту навчального матеріалу важливе значення має **принцип систематичності і послідовності,** який відображає логіку навчальної дисципліни і виявляється у встановленні доцільних міжпредметних зв'язків в освітньому процесі, зв'язків теоретичного і виробничого навчання, а також зв'язків між окремими темами й розділами предметів професійно-технічної підготовки. Названий принцип реалізується шляхом поступового ускладнення теоретичного і практичного матеріалу в навчальних програмах.

Одним з напрямів реалізації **принципу системності** є створення спеціальних комплексів-систем (блоків, модулів), що відображають розвиток системних наукових уявлень. Між цими комплексами встановлюються певні логічні та змістові відношення, які можуть змінюватись, забезпечуючи трансформацію знань.

Враховуючи **принцип доступності і посильності** у проєктуванні підприємницької компетентності, у складовій змісту П(ПТ)О торгово-кулінарного профілю доцільно звертати увагу на те, що навчальний матеріал змістом і формою, а виробничі завдання – методами виконання відповідали б загальноосвітньому, інтелектуальному та фізичному рівню підготовки учнів. У свою чергу, рівень складності, без якої неможлива навчальна діяльність взагалі, повинен визначатися віковими особливостями майбутніх робітників. Зміст професійного навчання вважається доступним, якщо логіка побудови програм з окремих навчальних предметів передбачає поступове ускладнення пізнавальних та трудових завдань у певній послідовності, що сприяє розвитку розумових можливостей і фізичних сил підлітка.

Отже, в процесі проєктування формування підприємницької компетентності у складовій змісту П(ПТ)О торгово-кулінарного профілю необхідно враховувати динаміку інноваційного розвитку галузі харчування, закономірності педагогічного процесу, що гарантує реалізацію освітніх, розвивальних і виховних завдань, забезпечує наступність навчання від загального до часткового, від простого до складного (поетапне оволодіння кваліфікаційним розрядом). Проєктування передбачає послідовне виділення у навчальному матеріалі структурних елементів (розділів), враховуючи їх призначення (провідні функції), визначаючи внутрішньопредметні зв'язки, водночас вилучення повторів, застарілої інформації щодо сучасних зрушень і перетворень у стратегічному ресурсному потенціалі харчової індустрії.

Важливе значення у проєктуванні формування підприємницької компетентності у складовій змісту професійної освіти кулінарного профілю має впровадження у процес підготовки майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства авторського курсу «Підприємницька діяльність» (додаток 1). Розроблення програми зумовлено розвитком малого підприємництва як одного із стратегічно важливих умов економічного зростання, що потребує забезпечення рівня професійної підготовки шляхом формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства та готовності до підприємницької діяльності.

Курс розраховано на здобувачів ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю.

Теоретичний матеріал вивчається на семінарських заняттях та у процесі виконання практичних завдань під час розробки бізнес-плану. Основні завдання названого курсу полягають у тому, щоб розкрити основи підприємницької діяльності, економічну сутність підприємництва, організаційно-правові форми підприємницької діяльності; формувати у здобувачів освіти економічне мислення, розуміння базових економічних категорій, навчити здобувачів освіти використовувати засвоєні знання й навички підприємницької діяльності.

Предметом навчального курсу «Підприємницька діяльність» є пошук ефективних методів роботи, які допоможуть здобувачам освіти зрозуміти базові економічні і фінансові категорії, спроможність їх використання у підприємницькій діяльності, формувати вміння та навички ефективної господарської діяльності, що обумовить розвиток підприємницької ініціативи майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства.

Вивчення навчального курсу ґрунтується на знаннях, якими учні оволоділи під час вивчення таких спеціальних дисциплін, як «Основи економічних знань», «Основи правових знань», «Основи маркетингу», «Основи економіки», «Психологія і етика ділових відносин», «Ділова українська мова», «Калькуляція і облік»

Комплекс навчально-методичного забезпечення навчального курсу «Підприємницька діяльність» складається з навчальної програми, поурочно-тематичного плану, дидактичного матеріалу щодо забезпечення організації освітнього процесу навчання, критеріїв оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти.

Загальний обсяг годин, який відводиться на вивчення навчального курсу «Підприємницька діяльність», складає 24 години (теоретична й практична частини). На теоретичне навчання відводиться 21 година, на практичне навчання – 3.

Робоча навчальна програма з навчального курсу «Підприємницька діяльність» визначає зміст і обсяг професійних знань, умінь і навичок учнів, а також способи і методи їх формування, містить знання особистісно розвивального характеру. Зміст курсу враховує особливості, притаманні сучасним вимогам до функціонування підприємства, формування підприємницької компетентності, культури особистості майбутнього фахівця торгівлі та ресторанного господарства, збагачення його внутрішнього світу.

Проведення практичних занять сприяє закріпленню теоретичного матеріалу та удосконаленню практичних навичок здобувачів освіти, які безпосередньо необхідні у підприємницькій діяльності. По завершенню курсу «Підприємницька діяльність» здобувач освіти повинен знати: історію виникнення та розвитку підприємств торгівлі та ресторанного господарства, їх класифікацію та характерні риси, принципи організації діяльності, економічну сутність підприємництва, організаційно-правові форми підприємницької діяльності. Повинен вміти: розробити бізнес-план – документ, який детально описує всі аспекти запланованої підприємницької ідеї, шляхи і засоби її реалізації.

Поурочно-тематичний план курсу складається викладачем відповідно до робочої навчальної програми, розглядається і схвалюється на засіданні циклової методичної комісії й затверджується заступником директора з навчально-виробничої роботи.

Дидактичний матеріал для організації навчальних занять складається з практичних і контрольних завдань, які дають можливість контролювати результативність засвоєння навчального матеріалу.

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти з навчального курсу ґрунтуються на вимогах, діючих нормативно-правових актів у галузі П(ПТ)О та освітньо-кваліфікаційних характеристик професій сфери торгівлі та ресторанного господарства.

Робоча навчальна програма курсу містить 6 тем, на вивчення яких передбачено 24 навчальні години, 16 з яких відводиться на лекції, 5 – на семінарські заняття, 3 – на лабораторно-практичну роботу. На практичне оцінювання винесені завдання з розробки бізнес-плану щодо реалізації комерційної ідеї. Учні розробляють бізнес-план відповідно до дійсної методики з бізнес-планування, яка включає характеристику бізнес-плану, опис підприємства, характеристику продукції, послуг, план маркетингу, інвестиційний, виробничий, організаційний та фінансовий плани.

Особливу увагу та зацікавленість викликає тема «Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності», зміст якої знайомить здобувачів освіти з основними видами підприємств торгівлі та ресторанного господарства, їх класифікацією, правовими умовами організації та здійснення підприємницької діяльності.

Навчальна програма «Підприємницька діяльність» наближає здобувачів освіти до сучасних вимог організації виробництва, знайомить їх з формами і принципами створення власної справи. У програмі приділяється значна увага природі та економічній сутності підприємництва.

Навчальний матеріал передбачає ознайомлення здобувачів освіти з поняттям «підприємництво», основними функціями підприємництва та комплексної характеристики його сучасної сутності, умовами та принципами підприємницької діяльності, організаційно-правовими формами підприємств та підприємницької діяльності, ціновою політикою, фінансами підприємства та фінансовим менеджментом, правами та обов'язками підприємців, управлінням підприємством тощо.

Програма достатньо глибоко розкриває напрями професійної діяльності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства завдяки семінарським заняттям, зокрема з тем «Сутність і структура економічної власності», «Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності», «Менеджмент і маркетинг у підприємницькій діяльності».

Розроблено також критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів освіти з освоєння навчального матеріалу. Вже на початку навчального курсу здобувачів освіти знайомлять з переліком питань для підсумкової атестації.

Проєктування формування підприємницької компетентності у складовій змісту професійної освіти торгово-кулінарного профілю буде результативним за умов, якщо зміст навчальних дисциплін буде структуровано, виходячи з логіки побудови системи професійної діяльності робітників; ґрунтуватися на узагальнених теоретичних основах і відображати професійні дії, необхідні у підприємницькій діяльності. Проєктуючи формування підприємницької діяльності у складовій змісту П(ПТ)О кваліфікованих робітників торгово-кулінарного профілю, навчальний матеріал необхідно відбирати так, щоб здобувачі освіти усвідомлювали суспільну значущість та розкривали природні підприємницькі нахили.

Формування підприємницької компетентності у складовій змісту П(ПТ)О торгово-кулінарного профілю повинно проєктуватися так, щоб забезпечити формування професійної мобільності й швидку адаптацію випускників ЗП(ПТ)О до сучасних умов виробництва, розвиток творчих здібностей, формування громадянської позиції та національної самосвідомості, готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства використовувати набуті знання у підприємницькій діяльності.

2.2. Методи формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства

Формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності розглядається як система педагогічних дій, спрямованих на формування економічного мислення, розуміння базових економічних, фінансових категорій, здатності самостійно засвоювати економічну інформацію, аналізувати її, приймати обґрунтовані рішення, прагнення застосовувати засвоєні знання у підприємницькій діяльності, складовими якої визначені пізнавальний, ціннісно-орієнтаційний, комунікативний, інтегративний компоненти.

На основі аналізу педагогічної літератури з даного питання можна визначити, що ефективність формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності в процесі теоретичної та практичної підготовки в закладах професійної (професійно-технічної) освіти торгово-кулінарного профілю, здійснюється на основі раціонально відібраних сучасних методів навчання.

Добір методів відповідно до мети та змісту навчання, вікових особливостей здобувачів освіти сприяє розвитку їхніх пізнавальних здібностей, озброєнню їх уміннями й навичками використовувати здобуті знання на практиці, готує здобувачів освіти до самостійного набуття знань, формує їхній світогляд, забезпечує здатність особистості до самореалізації, саморозвитку.

Педагогічні методи реалізуються через сукупність певних прийомів навчання – структурних компонентів, методів, окремих операцій, розумових чи практичних дій викладача або здобувачів освіти, які розкривають чи доповнюють спосіб засвоєння матеріалу, що виражає цей метод. Наприклад, метод формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності, як бесіда, включає прийоми: виклад інформації, активізацію уваги та мислення, прийоми запам'ятовування, ілюстрації, демонстрації тощо. Відзначаючи, що одні й ті самі прийоми можуть бути складовими різних методів, український педагог В.Шаталов підкреслював, що в його арсеналі напрацьовано більше тисячі прийомів, у той же час він використовує під час викладання лише 30 методів.

Методи навчання не тільки спрямовані на передачу та сприймання знань, умінь і навичок, а й мають значно ширший діапазон дій, який виявляється у функціях освітнього процесу: освітній, виховній, розвивальній.

Аналізуючи методи навчання, що забезпечують формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності в процесі теоретичної підготовки в ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю, слід визначити словесні методи навчання – монологічний виклад навчального матеріалу, тобто *розповідь*, яка використовується для послідовного, емоційного повідомлення знань. Важливо обмірковано добирати приклади, факти, які сприяють формуванню готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності, виважено акцентувати увагу здобувачів освіти на поясненні окремих зв'язків об'єктів, що вивчаються. Якщо аналіз фактів, зв'язків і прикладів під час розповіді забезпечує усвідомлення здобувачами освіти основного змісту навчального матеріалу, то можна стверджувати про перехід цього прийому у метод *пояснення.* Максимального ефекту пояснення досягає у тому випадку, якщо поєднується з описом, бесідою, супроводжується використанням наочностей, особливо при вивченні предметів, які пов'язані з розвитком професійної активності у підприємливості. Ефективність зазначеного методу залежить головним чином від уміння викладача розповідати, дохідливості та доступності інформації, від поєднання його з іншими методами навчання.

З метою актуалізації відомих і засвоєння нових знань шляхом самостійних роздумів, висновків і узагальнень у процесі формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності у ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю використовується такий словесний питально-відповідний метод навчання, як *бесіда* – діалог між викладачем та здобувачем освіти, який дає можливість за допомогою цілеспрямованих і сформульованих питань зорієнтувати здобувачів освіти на активізацію отримання знань. Бесіда передбачає створення сприятливих умов для оперативного управління процесом формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності, особливо в поєднанні з розповіддю, лекцією, наочними методами, що забезпечують формування цілісної системи знань.

Лекція служить для пояснення важкої та складної теми. Її типовими ознаками є великий обсяг, складність логічних побудов, сконцентрованість розумових образів, доведень і узагальнень (часто розглядається як форма організації навчання), тривалість у часі, запис плану та рекомендованої літератури, введення та характеристика нових понять, розкриття та деталізація матеріалу, завершальні висновки викладача, відповіді на запитання.

Проблемною є така *лекція,* що містить у собі проблемні, дискусійні твердження, варіанти вирішення яких досягаються обов'язковим обговоренням їх між усіма присутніми. Цьому передує монолог викладача, в якому він вводить слухачів у проблему, вказує на можливі підходи до її аналізу на матеріалі співставлення різних факторів та теорій і знайомить з деякими умовами та прецендентами її розв'язання, створюючи тим самим грант для проблематизації зовнішнього діалогу.

Пояснювально-ілюстративний метод передбачає широке застосування наочності та усного і писемного мовлення. Використовується під час введення понять, базових економічних, фінансових категорій, забезпечує професійне спрямування навчального матеріалу, сприяє свідомому використанню знань у майбутній професійній діяльності та спроможності використовувати отримані знання й навички у підприємницькій діяльності.

Індуктивний метод (індукція – від латинського inductio – зведення, вид узагальнення, який пов'язаний із передбаченням спостережень та експериментів на основі даних досвіду) у практичній педагогіці втілюється у принципі: від часткового до загального, від конкретного до абстрактного.

Дедуктивний метод активніше розвиває абстрактне мислення, сприяє засвоєнню навчального матеріалу на основі узагальнень.

Пояснювально-репродуктивні методи передбачають відтворення репродукції як засобу повторення готових зразків або робота за готовими зразками.

Творчі, *проблемно-пошукові методи* (М.Скаткін, І.Лернер), на відміну від репродуктивних, пояснювально-ілюстративних, зорієнтовані на самостійну, творчу пізнавальну діяльність учнів. Під час проблемного навчання викладач не повідомляє знання в готовому вигляді, а ставить перед здобувачем освіти завдання (проблему), зацікавлює його, викликає в нього бажання знайти спосіб розв’язання. За ступенем пізнавальної самостійності здобувачів освіти проблемне навчання здійснюється в трьох основних формах: проблемний виклад, частково-пошукова діяльність, самостійна дослідницька діяльність. Метод проблемного викладу характеризується тим, що викладач ставить проблему. Ланцюгом міркувань він розкриває її розв’язання, щоб показати труднощі, які зустрічаються на шляху, способи і варіанти їх подолання. В умовах частково-пошукової діяльності робота, в основному, керується викладачем з допомогою спеціальних запитань, які спонукають здобувачів освіти до самостійного розміркування. Так, на заняттях з предмета «Основи економіки» здобувачам освіти пропонується питання «Блага, які дає людині економіка», розв’язати та проаналізувати завдання, ситуації економічного змісту. Дослідницька діяльність є самостійним пошуком здобувачем освіти розв’язання проблеми. Використання дослідницького методу навчання сприяє вдосконаленню навичок творчого пошуку, розвиває вміння відстоювати своє бачення проблеми, свою індивідуальну точку зору. Технологія проблемного навчання сприяє не тільки набуттю здобувачами освіти необхідної системи знань, умінь та навичок, але й досягненню високого рівня їх розумового розвитку, формуванню в них здатності до самостійного оволодіння знань шляхом власної творчої діяльності, сприяє свідомо підвищувати свій кваліфікаційний рівень, забезпечує здатність до використання набутих знань у професійній діяльності.

Важливою для формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності є *навчальна робота здобувачів освіти під керівництвом педагогічного працівника і самостійна робота.* Власне кажучи, елементи самостійної роботи здобувачів освіти тут об’єднуються з інструктуванням, допомогою педагога, у результаті чого майбутні фахівці торгівлі та ресторанного господарства набувають навичок самостійності. Пізнавальна робота на уроці передбачає поділ навчального матеріалу на частини, виконання необхідних дій із запам’ятовуванням, розуміння, порівняння, класифікації. Домашні завдання мають позитивний вплив на розумовий розвиток, виховання підлітків, сприяють виробленню у них навичок самостійної пізнавальної діяльності. Забезпечує можливість багаторазово опрацьовувати навчальну інформацію в доступному для учня темпі і в зручний час – *робота з книгою*.

Один з варіантів продуктивного навчання є *проєктне навчання*, метою якого є не засвоєння суми знань із проходження освітніх програм, а реальне використання, розвиток та збагачення власного досвіду здобувачів освіти та їх уявлення про світ. Проєктна технологія

використовує всі кращі ідеї традиційної та сучасної методики викладання. Навчальне проєктування орієнтоване на самостійну діяльність здобувачів освіти: індивідуальну, групову або колективну, яку здобувачі освіти виконують упродовж певного часу.

Виконання проєктів передбачає самостійне дослідження здобувачами освіти певних тем протягом виділеного на це часу. Даний метод допомагає здобувачам освіти прослідкувати взаємозв'язок між навчальним матеріалом і навколишнім світом, формує у здобувачів освіти практичні навички організації власної професійної діяльності та планування робочого часу, дозволяє під наглядом педагога контролювати своє навчання, створює можливості співпраці здобувачів освіти з однолітками та зі старшими, дає здобувачам освіти практичні навички публічної презентації та захисту власних творчих знахідок і думок.

В обміні поглядами на конкретну проблему з метою набуття нових знань, зміцнення власної думки, формування вміння її відстоювати полягає суть навчальної *дискусії.* Грамотному, цивілізованому проведенню дискусії сприяють створені за участю здобувачів освіти правила, які визначають норми поведінки учасників дискусії.

У процесі навчання ефективно застосовувати *практичний метод*, який передбачає використання теоретичних знань на практиці. Наприклад, здобувачі освіти виконують практичну роботу з теми «Бізнес-планування», розробляючи бізнес-план як модель діяльності підприємства, де чітко повинна бути викладена суть підприємницької ідеї, шляхи і засоби її реалізації та охарактеризовані ринкові, виробничі, організаційні і фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості його управління. Визначається структура, зміст, формат бізнес-плану, над якими будуть працювати здобувачі освіти. Після завершення практичної роботи здобувачі освіти аналізують виконану роботу, визначають причини виникнення помилок, роблять висновки щодо подальшого запобігання їх. Опрацюванню знань здобувачами освіти при виконанні практичного завдання з розробки бізнес-плану підприємницького проєкту забезпечать інструктивно-методичні матеріали (додаток 2).

Семінарські заняття (як метод навчальної роботи) проводиться під час вивчення таких тем, як: «Менеджмент та маркетинг у підприємницькій діяльності», «Сутність, структура економічної власності», «Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності», «Бізнес-планування» у формі розгорнутої бесіди, обговорення доповідей і творчих робіт. Викладач наперед визначає тему, мету і завдання семінару, формулює основні і додаткові питання з тем, розподіляє завдання між здобувачами освіти з врахуванням їх індивідуальних можливостей, підбирає літературу, проводить групові та індивідуальні консультації, перевіряє конспекти.

Під час вибору та застосуванні окремих методів і прийомів навчання, дозуванні домашніх завдань, визначенні варіантів контрольних завдань (за ступенем їхньої складності) враховуються індивідуально-психологічні особливості здобувачів освіти, тобто реалізується принцип індивідуалізації навчання.

Діяльність здобувачів освіти стає більш ефективною, результативною якщо в процесі формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності використовувати технології навчальної діяльності у парах. (А.Г.Рівін). Здобувачі освіти працюють у парах, які мають не постійний, а змінний склад, де співбесідника не можна уникнути – навчання ведеться у формі діалогу. Швидке і якісне засвоєння навчального матеріалу забезпечується тим, що отримана інформація майже зразу використовується в процесі спільної діяльності, передається іншим учасникам колективної навчальної роботи з поясненнями. Активність здобувачів освіти поступово піднімається на якісно новий рівень, джерелом її служить власні пізнавальні мотиви. Активне спілкування здобувачів совіти у процесі навчання сприяє перетворенню вчення з індивідуальної діяльності в сумісну працю. Мета такої праці – обмін інформацією, порівняння, взаємооцінювання, пізнання своїх можливостей, вплив людини на людину.

В окрему групу доцільно виділити *бінарні, інтегровані (універсальні)* методи формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності. Бінарні – подвійні, коли метод і форма зливаються в єдине ціле або два методи поєднуються в один: наочно-ілюстративний метод, наочно-проблемний, наочно-практичний, наочно-дослідницький (М.Верзілін, А.Пінкевич) Інтегровані (універсальні) – це поєднання трьох-п`яти методів у єдине ціле під час організації навчання. Ці методи доцільно використовувати під час викладання інтегрованих навчальних курсів.

Цінним методом формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності можна назвати *метод пізнавальних ігор,* який ґрунтується на створенні в освітньому процесі ігрових ситуацій. Спосіб створення ситуації пізнавального спору також відноситься до методів стимулювання і мотивації навчання. В якості прийому стимулювання часто застосовується аналіз життєвих ситуацій. Цей метод навчання безпосередньо стимулює навчання за рахунок максимальної конкретизації знань.

Одним з дієвих прийомів стимулювання інтересу до навчання є створення для учнів, які зазнають певних труднощів у навчанні*, ситуації успіху*. Відомо, що без переживань і радощів успіху неможливо розраховувати на подальші успіхи в подоланні навчальних труднощів. Тому викладачі так підбирають навчальний матеріал, щоб здобувачі освіти отримали на відповідному етапі доступне для них завдання, що дало б їм впевненості в собі. Ситуації успіху створюються і шляхом диференціації допомоги учням у виконанні навчальних завдань одних і тих же рівнів складності. Важливу роль у створенні ситуації успіху відіграє забезпечення сприятливої морально-психологічної атмосфери в ході виконання тих або інших навчальних завдань. Сприятливий мікроклімат під час навчання знижує почуття невпевненості здобувачів освіти у собі.

За останні двадцять років великого розповсюдження та застосування набули нетрадиційні методи навчання. Серед них певної уваги заслуговують так звані «активні» методи навчання, особливістю яких є спонукання здобувачів освіти та викладачів до активності, обов’язкової взаємодії в процесі навчання здобувачів освіти між собою чи з іншими суб’єктами освітнього процесу. Виділяють такі основні методи активного навчання (Є.А.Литвиненко, В.І.Рибальський): дидактичні ігри, аналіз конкретних ситуацій, активне програмоване навчання, ігрове проєктування, стажування та проблемна лекція, «мозковий штурм». Методи активного навчання використовуються для тренування та розвитку творчого мислення здобувачів освіти, формування в них відповідних практичних умінь та навичок. Вони стимулюють і підвищують інтерес до занять, активізують та загострюють сприймання навчального матеріалу.

Дидактичні ігри – спеціально створені ситуації (моделі реальності), з яких здобувачам освіти запропоновано знайти вихід. За такої умови здобувач освіти є активним перетворювачем дійсності. Серед дидактичних ігор, які використовують в практиці навчання можна назвати: предметні, ігри-подорожі, вікторини, ділові та рольові ігри, які дають можливість учням відчути себе не тільки на робочому місці, а і підприємцем. Здобувачі освіти можуть виступати консультантами, арбітрами, різного рівня керівниками, взявши на себе відповідальність не тільки за результати своєї роботи, а й за організацію підприємства.

Аналізу конкретних ситуацій як нетрадиційному методу навчання властиві наявність складного завдання чи проблеми, формулювання викладачем контрольних запитань з даної проблеми, обговорення можливих варіантів її вирішення.

Метод *активного програмованого навчання* характеризується однією специфічною рисою – поінформованістю викладача у правильному чи найоптимальнішому вирішенні поставленої перед здобувачами освіти проблеми.

Що стосується методу *ігрового проєктування,* то під час його використання відсутнє наперед відоме вирішення поставленого перед здобувачами освіти завдання. На відміну від

методу аналізу ситуацій для даного методу процес проєктно-конструкторського вироблення варіантів рішення, їх захисту та обговорення може тривати кілька тижнів.

Стажування як метод навчання полягає в тому, щоб здобувач освіти у ролі стажиста займав певну посаду. Хоча і під контролем, він повинен самостійно діяти, тобто приймати рішення, взаємодіяти з іншими посадовими особами.

Метод *«мозкового штурму»* (брейнстормінг) (Л.І.Бондарчук, В.М.Гринькова, В.І.Лозова, С.Т.Золотухіна, Е.І.Федорчук) розглядають як спосіб колективного продукування ідей, який формує вміння зосереджувати увагу на вузькій меті. Використовуючи метод *«мозкового штурму»,* здобувачі освіти працюють як «генератори ідей», при цьому вони не стримуються необхідністю обґрунтування своїх позицій та позбавлені критики, адже за цих умов немає «начальників» і «підлеглих», є лише експерти в кожній групі здобувачів освіти які фіксують, оцінюють та вибирають кращі ідеї. Метод *«мозкового штурму»* доцільно використовувати при вирішенні певної проблеми, подання нового навчального матеріалу, виконанні практичної роботи.

Формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності сприяє інтегрований підхід до навчання який сприяє розвитку системного, творчого мислення у здобувачі освіти, їх пізнавальної активності, самостійності, інтересу до знань. У процесі встановлення міжпредметних зв’язків на уроці викладач має можливість використовувати інтегрований навчальний матеріал, зокрема: комплексні таблиці та схеми, розв’язувати міжпредметні завдання; працювати з кількома підручниками, заслуховувати повідомлення та реферати міжпредметного змісту тощо. На інтегрованих заняттях вивчаються багатоаспектні об’єкти (теорії, закони, ідеї різного рівня узагальнення), що є предметом розгляду різних навчальних дисциплін. Здобувачі освіти отримують можливість розглядати предмети у різних аспектах, аналізуючи й порівнюючи їх, що забезпечує цілісне сприйняття дійсності як необхідної передумови формування наукового світогляду. Враховуючи професійну спрямованість навчання, важливо органічно поєднувати предмети загальноосвітньої, спеціальної підготовки і виробниче навчання, узгоджуючи їх цілі і завдання, взаємодоповнюючи і збагачуючи зміст, уникаючи повторів, дублювання та штучної, недоречної інтеграції; систематично й доцільно використовувати знання, уміння і навички загальноосвітнього характеру для оволодіння конкретною професією. Якнайкраще підходять для цього *бінарні уроки*_як синтез узагальнених знань. Проведення бінарного заняття, наприклад, з економіки та навчальної практики дозволяє комплексно підійти до теоретичного та практичного навчання, показати їх взаємозв’язок. Бінарні практичні заняття можуть проводитися у формі виробничих зборів за результатами професійної діяльності. Здобувачі освіти використовують фактичні дані, аналізують реальні помилки, пояснюють причини їх виникнення, вишукують резерви покращення отриманих результатів.

Міжпредметні зв’язки у ЗП(ПТ)О будуються за такою схемою: загальноосвітні предмети – загальнотехнічні дисципліни – професійно-теоретичне і професійно-практичне навчання. Міжпредметні зв’язки надають можливість більш ефективного впливу на рівень сприйняття учнями навчального матеріалу. Так, формуючи у майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства знання з теми «Бізнес-планування» щодо питання «Техніко-економічне обґрунтування бізнес-ідеї», учні спираються на принципи, категорії, які вивчали з предмета «Основи економіки», знання з предмета «Основи правових знань» покладено в основу вивчення теми «Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності»; знання з предметів «Бухгалтерський облік», «Фінанси підприємств» учні використовують для проведення розрахунків фінансових витрат, які необхідні для реалізації бізнес-ідеї при виконанні практичної роботи з розробки «бізнес-плану».

Глобальна інформатизація суспільства потребує змін методичних підходів до підготовки та проведення уроків. У зв’язку з цим, для поліпшення організації освітнього

процесу педагогам необхідно використовувати інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), що забезпечить високий рівень викладання, стандарти освіти, врахування різних умов освітнього процесу і різні рівні підготовки здобувачів освіти. Урок з використанням ІКТ наочно, інформативно, інтерактивно економить час педагога й навчання, дозволяє учневі працювати у своєму темпі, викладачу – працювати зі здобувачем освіти диференційовано й індивідуально, дає можливість оперативно проконтролювати й оцінити результати навчання.

Отже, доцільними критеріями відбору методів формування підприємницької компетенції є відповідність методів навчання принципам, меті і завданням навчання, змісту обраної теми; навчальним можливостям здобувачі освіти (віковим, психологічним); наявним умовам навчання і відведеному на засвоєння навчального матеріалу часу; професійному рівню педагогічних працівників; можливостям допоміжних засобів навчання. Користуючись ними, кожен педагог визначає ті оптимальні методи, які дають можливість майбутнім фахівцям торгівлі та ресторанного господарства свідомо сприймати навчальну інформацію, бути активним у процесі навчання, допоможуть учням виявити як знання, так і їх здібності, дозволять керуватися знаннями й вміннями, забезпечуючи здатність особистості до самореалізації та самоствердження, що максимально сприяє формуванню готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності в процесі навчання у ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю.

2.4. Забезпечення формування готовності майбутніх кваліфікованих робітників до підприємницької діяльності в галузі торгівлі та ресторанного господарства в ДНЗ «Одеське вище професійне училище торгівлі та технологій харчування»

В умовах світових інтеграційних процесів зумовлюється необхідність у підготовці освічених, компетентних, конкурентоспроможних фахівців, які піклуються про розвиток України як економічно міцної держави, розуміють, що підприємницька діяльність – основа ринкової економіки. Для майбутніх фахівців сфери торгівлі та ресторанного господарства стає важливим не лише здатність слідувати тріаді «знання – вміння – навички», а й підтримувати замкнутий цикл «знання – навички – актуалізація (застосування) – генерування нових знань». Уміння здобувати знання особливо актуальне з огляду на перспективу випускника закладу професійної (професійно-технічної) освіти реалізувати свій особистісний та інтелектуальний потенціал не лише в професійному становленні, а і в підприємництві. Тому важливо створювати умови для всебічного інтелектуального, культурного розвитку майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства, розширювати їхній кругозір; формувати толерантність, повагу до прав людини, розвивати потребу в економічній та професійній самовизначеності, виховувати активну життєву позицію, організаторські здібності, почуття відповідальності та бережливості, сприяти формуванню підприємницької компетентності для досягнення успіху у підприємницькій діяльності.

За цих умов формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності важливо здійснювати не лише під час теоретичної і практичної підготовки у ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю, але й у позаурочний час. Саме позаурочна діяльність викладача разом зі своїми здобувачами освіти дає можливість підтримати їхню зацікавленість процесом навчання, домогтися підвищеного інтересу до підприємницької діяльності що сприяє розширенню й поглибленню знань, мотивує використовувати їх у підприємництві. Позаурочна робота також розкриває такі риси як охайність, наполегливість, відповідальність за доручену справу. Позаурочна діяльність учнів у широкому розумінні включає в себе як самостійну пізнавальну діяльність, так і такі ефективні форми організації творчої діяльності учнів, як їх участь у спеціалізованих гуртках і

клубах, організація і проведення диспутів, круглих столів, семінарів, «майстер-класів», вікторин, участь у науково-практичних конференціях, конкурсах, випуск журналів і газет.

Зокрема, на заняттях гуртка «Підприємницька діяльність» учні удосконалюють знання, уміння, навички, отримують додаткову інформацію. Гурток готує здобувачів освіти до самопізнання, самоутвердження і самовираження. У гуртку об'єднуються однодумці, зосереджені предметом, бажаючи закріпити і поповнити знання. На заняттях відкриваються необмежені можливості для формування пізнавальної та дослідницької діяльності, удосконалення вмінь та навичок здобувачів освіти, що сприяє формуванню підприємницької компетентності. Заняття проводяться згідно з планом роботи, використовуючи активні форми (круглий стіл, інтерактивні міні-лекції, проєкти, рольові ігри та інше). Гурткова робота дозволяє забезпечити тісний зв'язок знань, умінь, навичок з умовами життя та діяльності здобувача освіти. Формування підприємницьких рис: відповідальність, комунікативність, організаторські здібності, спостерігаються під час підготовки учнями таких виховних заходів як «Бізнес-леді», «Новий рік», «День учителя» тощо.

Кожен підприємець має вміти спілкуватися з людьми, за необхідності переконувати їх. Завдяки конференціям, дебатам, інтелектуальним іграм та іншим виховним заходам розкриваються в учнів комунікативні риси.

Ефективною позаурочною формою роботи щодо формування підприємницької компетентності є створення в ЗП(ПТ)О «Клубу підприємництва», який об'єднує активних, творчих, здатних економічно мислити учнів, які бажають самовизначитися в нових умовах господарювання. Завданням такого клубу є готувати здобувачів освіти до нових соціально-економічних відносин, розвивати мотивацію до підприємницької діяльності, надавати допомогу з розробки бізнес-планів підприємницької діяльності, розвивати у здобувачів освіти культуру підприємництва й підприємницьку компетентність для досягнення успіху в бізнесі. З цією метою «Клуб підприємництва» проводить зустрічі з підприємцями, з представниками державної виконавчої влади; заняття-тренінги, економічний КВК, різноманітні тестування, заняття клубу в рамках семінару-практикуму викладачів права, економіки.

Ефективним методом формування підприємницької компетентності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства є дидактичні ігри, які стимулюють активність здобувачів освіти, формують здатність самостійно орієнтуватися в навчальних і життєвих ситуаціях, підтримують постійний підвищений інтерес до підприємництва. Наприклад, в економічній діловій грі «Фондова біржа» моделюється ситуація торгів на фондовій біржі. У процесі гри здобувачі освіти засвоюють правила поведінки біржових брокерів, проявляють кмітливість, організаторські здібності, вміння приймати рішення, брати на себе відповідальність. Проведення вікторин сприяє розвитку практичного мислення здобувачів освіти, формує уміння аналізувати ситуацію, сприяє формуванню професійних знань. Наприклад, проведення вікторини з теми «Значимість реклами у підприємницькій діяльності» надає можливість здобувачам освіти не тільки закріпити та розширити свої професійні знання щодо значимості реклами у підприємницькій діяльності, а й зрозуміти, що реклама закладу – це важливий інструмент, що позитивно впливає на розвиток та розширення обсягів виробництва, послуг, товару підприємства.

Згідно з Законом України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні» та з метою виявлення творчих можливостей здобувачів освіти, розвитку здобувача освіти, як творчої особистості, здатної до практичного застосування набутих знань, вмінь та навичок у підприємницькій діяльності, бажано забезпечувати організацію і проведення науково-практичних конференцій за темою «Розвиток бізнесу. Фактори успіху та перешкод», конкурсів «Кращий підприємницький проєкт», «Власна справа» та інше. Заздалегідь обговорюються порядок і умови проведення конкурсів: місце проведення, термін реєстрації, оплата та витрати на проживання, умови нагородження переможців. За умовами конкурсу

здобувачі освіти повинні представити бізнес-план створення підприємства та обґрунтувати його. До учасників доводять вимоги щодо розробки бізнес-плану підприємницького проєкту.

Однією з ефективних форм удосконалення підприємницької компетентності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства в позаурочний час є також олімпіада. Попередня робота з організації та проведення названого позаурочного заходу передбачає визначення мети його проведення (навчальної, розвивальної, виховної), змісту, методів, дидактичного забезпечення (довідники, вказівки, дискети з завданнями), критеріїв оцінювання, міжпредметних зв'язків; розроблення структури олімпіади, яка включає організаційну частину, етапи її проведення, завдання для самостійної роботи учнів.

Отже, зазначені вище методи навчання і форми позаурочної роботи щодо формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності – надзвичайно складні психолого-педагогічні та соціально-педагогічні утворення. При розкритті їх суті з`ясовується, що їм властиві не одна, а кілька істотно важливих ознак, і через те будь-якій з них можна віддати перевагу лише в цілком конкретних педагогічних умовах. Неможливо зупинятися на використанні тих чи інших методів навчання окремо. Лише інтегруючи та взаємодоповнюючи традиційні методи навчання у ЗП(ПТ)О торгово-кулінарного профілю, можна досягти очікуваних результатів.

ВИСНОВКИ

На сучасному етапі розвитку економіки України важливого значення набуває організація підприємницької діяльності, основою якої є спрямованість на досягнення найкращого результату в господарській діяльності на основі конкурентоспроможності продукції, техніки і технології, кадрових ресурсів. Тому посилюються вимоги до підготовки фахівців у ЗП(ПТ)О. Конкурентоспроможним на ринку праці стає кваліфікований робітник, який має розвинену мотивацію підвищувати свій кваліфікаційний рівень; здатний генерувати і втілювати ідеї, використовувати набуті знання у самостійній практичній діяльності.

Однак самостійно визначитись майбутні фахівці торгівлі та ресторанного господарства у підприємницькій діяльності зможуть лише в тому випадку, якщо оволодіють підприємницькою компетентністю, яка забезпечить спрямованість діяльності майбутнього фахівця у сфері підприємництва. Підприємницьку компетентність майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства ми розглядаємо як підготовленість до вирішення реальних підприємницьких завдань на основі знань у сфері економіки, маркетингу, менеджменту, права і початкового досвіду практичної підприємницької діяльності.

На основі аналізу результатів наукових праць з'ясовано сутність поняття «підприємницька компетентність» фахівців торгівлі та ресторанного господарства як складової професійної компетентності. Формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності передбачає: по-перше, набуття знань, умінь, використання яких допоможе самостійно визначитись у підприємництві; по-друге, формування здатності особистості до самореалізації, самоствердження, саморозвитку, що обумовлює розвиток підприємницької ініціативи.

Важливим чинником формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства в ЗП(ПТ)О є: розроблення та впровадження в освітній процес форм і методів, які б сприяли усвідомленню суспільної значущості підприємницької діяльності та розкривали б у них природні підприємницькі нахили; розроблення комплексу навчально-методичного забезпечення викладання предметів, спрямованих на формування економічного мислення, розуміння базових, економічних, фінансових категорій, організаційно-правових форм підприємництва, що сприятиме застосовувати набуті знання майбутніми фахівцями торгівлі та ресторанного господарства у підприємницькій діяльності.

Досягти продуктивного формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності можливо за умов системного, інноваційного підходу до організації навчання у закладі на основі моделі структурно-функціонального типу, ефективність якої залежить від таких чинників, як оновлення змісту професійної освіти; впровадження в освітній процес сучасних форм і методів навчання.

Формування готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства до підприємницької діяльності вимагає якісно нового рівня підготовки здобувачів освіти, яка не тільки забезпечить реалізацію поставлених цілей і завдань системою П(ПТ)О – готувати кваліфікованих робітників з високим рівнем кваліфікації, а і сприятиме формуванню професійної мобільності й швидкої адаптації випускників ЗП(ПТ)О до сучасних умов виробництва; розвитку творчих здібностей; формуванню громадянської позиції та національної свідомості; готовності майбутніх фахівців торгівлі та ресторанного господарства використовувати набуті знання у підприємницькій діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верченко Н.В. Професійно-важливі якості майбутнього робітника: методичні рекомендації. Донецьк: ІПО ІПП УМО, 2012. С.48.
2. Державна службу статистики України: [Електрон. ресурс]. Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua
3. Житник Б.О. Методичний порадник. Форми і методи навчання. Х.: Видавнича група «Основа», 2005.
4. Інноваційні методики навчання у професійно-технічній освіті / За ред. І.Козловської. Львів: Сполом, 2006. 180 с.
5. Кабушкин Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебник: Мн: Новое знание, 2003. 368 с.
6. Концепція державної цільової програми розвитку ПТО на 2011-2015 роки.
7. Кремень В.Г. Сучасний стан, проблеми, питання діяльності та перспективи розвитку професійно-технічної освіти. 2003. №5. С.7-12.
8. Моделювання професійної діяльності – ефективна форма практичного навчання. Спосіб доступу: [http://osvita.ua/school/lessons_summary/edu_technology/34626/].
9. Наволокова Н.П. Енциклопедія педагогічних технологій та інновацій / К.: Основа, 2009. 176 с.
10. Національна стратегія розвитку освіти України на 2012-2021 роки.
11. Ничкало Н.Г. Професійна освіта і навчання у XXI столітті: Концептуальні засади// Проблемні інженерно-педагогічної освіти. 2003. №5. С.52.
12. Ніколаєнко С.М. Інноваційний розвиток професійно-технічної освіти в Україні. К.: Книга, 2007. 232 с.
13. Нікуліна А.С., Молчанов В.М., Верченко Н., Торба Ю.І. Основні аспекти педагогіки профтехосвіти. Донецьк: ДІПО ІПП, 2006-296 с.
14. Скібіцький О.М., Матвєєв В.В., Скібіцька Л.І. Організація бізнесу. Менеджмент підприємницької діяльності. Навчальний посібник. К.: Кондор, 2011. 912 с.
15. Сучасний урок. Інтерактивні технології навчання. Науково-методичний посібник / О.І.Пометун, Л.В.Пироженко. К.: А.С.К., 2006.
16. Федерація роботодавців України/ Українці позитивно ставляться до підприємців та бізнесу – результат соціологічного дослідження: [Електрон. ресурс]. Режим доступу: http://ua.fru.org.ua
17. Чепіль М.М., Дудник Н.З. Педагогічні технології: навч. посібн. К.: Академвидав, 2012. 224 с.

ДОДАТКИ

1. Тематичний план навчального курсу «Підприємницька діяльність».
2. Робоча програма.
3. Пояснювальна записка.
4. Орієнтовний поурочно-тематичний план.
5. Критерії оцінювання навчальних досягнень учнів
6. Контрольні питання.
7. Варіанти тематичних контрольних робіт.
8. Тестові завдання.
9. Рекомендації щодо виконання практичних робіт за розробкою «Бізнес-план підприємницького проєкту».
10. Список рекомендованої навчальної літератури.
11. Глосарій.
12. Абетка педпрацівника.

ДОДАТОК 1

ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН
НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ»

№ теми	НАЗВА ТЕМИ	Всього годин	Методи навчання		
			Лекції	Семінари	Практичні
1	Предмет і метод підприємницької діяльності	2	2	-	-
2	Економічна свобода і підприємство	3	3	-	-
3	Сутність, структура економічної власності	4	3	1	-
4	Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності	4	3	1	-
5	Менеджмент та маркетинг у підприємницькій діяльності	4	3	1	-
6	Бізнес-планування	7	2	2	3
	Всього годин	**24**	**16**	**5**	**3**

ДОДАТОК 2

РОБОЧА НАВЧАЛЬНА ПРОГРАМА
НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Тема №1. Предмет і метод підприємницької діяльності

Виникнення та еволюція поняття «підприємництво».
Основні функції підприємництва та комплексна характеристика його сучасної сутності.
Предмет і метод основ підприємницької діяльності.
Організація сучасного виробництва та його структура.
Підприємницька ідея та механізм її втілення.

Тема №2. Економічна свобода і підприємство

Умови та принципи підприємницької діяльності.
Психологія та етика підприємства.
Закони попиту та пропозиції.

Тема №3. Сутність, структура економічної власності

Основні типи та форми власності.
Основні види підприємств та їх організаційні фонди.
Сутність та необхідність обліку на підприємстві.
Цінова політика підприємства.
Фінанси підприємства та фінансовий менеджмент.
Роль податків у фінансовій структурі підприємства.

Тема №4. Організаційно-правові форми підприємства і підприємницької діяльності

Чинні нормативно-правові акти, що регулюють питання підприємницької діяльності, трудової діяльності, оплати праці тощо.
Правові питання підприємництва, господарських операцій та інвестування.
Права та обов’язки підприємців.

Тема №5. Менеджмент та маркетинг у підприємницькій діяльності

Функції менеджменту та форми управління підприємством.

Сутність державного регулювання підприємницької діяльності, форми і методи.
Економічна безпека підприємства.
Сутність, функції, принцип маркетингу.

Тема №6. Бізнес-планування

Основи бізнес-планування.
Структура бізнес-плану.
Зміст основних складових бізнес-плану.

ДОДАТОК 3

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА ДО НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ»

При становленні ринкової економіки важливого значення набуває організація підприємницької діяльності, основою якої є спрямованість на досягнення найкращого результату в господарській діяльності на основі конкурентоспроможності продукції, техніки і технології, кадрових ресурсів.

У сучасному економічному просторі підприємницька діяльність охоплює нові об'єкти, значно збільшується та урізноманітнюється кількість суб'єктів цієї діяльності, нового змісту набуває механізм реалізації взаємин з споживачами. У цих умовах людина виступає активним суб'єктом на ринку праці, має можливість вільно розпоряджатися головним капіталом – своєю кваліфікацією. Усе це висуває перед ЗП(ПТ)О нові завдання, щодо рівня організації освітнього процесу, у ході якого в учнів формується підприємницька компетентність.

Робоча навчальна програма містить 6 тем, на вивчення яких відводиться 24 навчальні години, 16 з яких відводиться на лекції, 5 – на семінарські заняття, 3 години займає виконання практичної роботи з розробки бізнес-плану.

Навчальна програма курсу «Підприємницька діяльність» передбачає вивчення навчального матеріалу по такими темами:

1. Предмет і метод підприємницької діяльності.
2. Економічна свобода і підприємство.
3. Сутність, структура економічної власності.
4. Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності.
5. Менеджмент і маркетинг у підприємницькій діяльності.
6. Бізнес-планування.

Зміст робочої навчальної програми спрямований на формування в здобувачі освіти підприємницької компетентності, набуття умінь творчо використовувати отримані знання й навички, що допоможуть самостійно визначитись майбутнім фахівцям торгівлі та ресторанного господарства у підприємницькій діяльності.

Навчальний матеріал передбачає ознайомлення учнів з поняттям «підприємництво», основними функціями підприємництва та комплексної характеристики його сучасної сутності, умовами та принципами підприємницької діяльності, організаційно-правовими формами підприємств та підприємницької діяльності, ціновою політикою, фінансами підприємства та фінансовим менеджментом, управлінням підприємством тощо.

Навчальна програма предмета «Підприємницька діяльність» передбачає здійснення навчання на основі тісного взаємозв'язку теорії і практики. Практичні уміння і навички формуються на основі знань, які в ході їх застосування вдосконалюються, поглиблюються, розширюються при виконанні практичної роботи щодо складання бізнес-плану.

Теоретичні аспекти курсу розглядаються з урахуванням висновків сучасних наукових шкіл та вчених, теоретичних надбань щодо сучасних умов становлення ринкових відносин та

розвитку економіки. Внаслідок вивчення цієї дисципліни здобувачі ЗП(ПТ)О повинні знати про підприємницький досвід; напрямки підприємницької діяльності.

Впроваджувальний комплекс знань навчального курсу «Підприємницька діяльність» базується на знаннях учнів таких дисциплін: «Економіка підприємства», «Основи маркетингу», «Основи економіки», «Основи правових знань» та ін. Опанування здобувачами освіти навчального матеріалу курсу «Підприємницька діяльність» допоможе їм виявити як загальні знання із предмета, так і їхні здібності, дозволить керуватися набутими знаннями й уміннями, використати отриманий досвід у самостійній практичній діяльності.

Результатом вивчення курсу «Підприємницька діяльність» має бути сформоване вміння кожного здобувача освіти реалізувати засвоєні знання у власній практичній діяльності та виявлення готовності до використання набутих підприємницьких компетентностей у процесі їх підприємницької діяльності.

Оцінювання освітніх результатів здобувачів освіти здійснюється відповідно до критеріїв оцінювання. Поточне оцінювання навчальних досягнень здійснюється на кожному уроці, враховуючи різні види навчальної діяльності. Проводиться тематична атестація. Підсумкове оцінювання здійснюється на підставі тематичних оцінок.

Навчально-плановий комплект документів щодо вивчення навчального курсу «Підприємницька діяльність» складається з навчального плану, робочої навчальної програми, критеріїв оцінювання.

Дидактичний комплект щодо вивчення навчального курсу «Підприємницька діяльність» складається з підручників, методичних рекомендацій щодо виконання практичних завдань, тестових завдань, тем контрольних робіт (рефератів), списку рекомендованої літератури.

ДОДАТОК 4

ОРІЄНТОВНИЙ ПОУРОЧНО-ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ» (24 ГОДИНИ)

№ уроку	Назва розділу, теми	Теоретичний матеріал для завдання	Кількість годин	Оцінювання навчальних досягнень учнів
	Тема 1		**2**	
1.	Предмет і метод підприємницької діяльності	Виникнення та еволюція поняття «підприємництво». Основні функції підприємництва та комплексна характеристика його сучасної сутності.	1	Поточне оцінювання
2.		Предмет і метод основ підприємницької діяльності. Організація сучасного виробництва та його структура. Підприємницька ідея та механізм її втілення.	1	Поточне оцінювання
	Тема 2		**3**	
3.	Економічна свобода і підприємство	Умови та принципи підприємницької діяльності.	2	Поточне оцінювання
4.		Психологія та етика підприємства. Закони попиту та пропозиції.	1	Поточне оцінювання

	Тема 3		**4**	
5.	Сутність, структура економічної власності	Основні типи та форми власності. Основні види підприємств та їх організаційні фонди.	1	Поточне оцінювання
6.		Сутність та необхідність обліку на підприємстві	1	Поточне оцінювання
7.		Цінова політика підприємства.	1	Поточне оцінювання
8.		Фінанси підприємства та фінансовий менеджмент. Роль податків у фінансовій структурі підприємства.	1	Поточне оцінювання
	Тема 4		**4**	
9.	Організаційно-правові форми підприємства та підприємницької діяльності	Чинні нормативно-правові акти, що регулюють питання підприємницької діяльності, трудової діяльності, оплати праці тощо.	2	Поточне оцінювання
10.		Правові питання підприємництва, господарських операцій та інвестування. Права та обов'язки підприємців.	2	Поточне оцінювання
	Тема 5		4	
11.	Менеджмент та маркетинг у підприємницькій діяльності	Функції менеджменту та форми управління підприємством. Сутність, функції, принципи маркетингу.	2	Поточне оцінювання
11.		Сутність державного регулювання підприємницької діяльності, форми і методи.	1	Поточне оцінювання
12.		Економічна безпека підприємства.	1	Поточне оцінювання
	Тема 6		**7**	
13.	Бізнес-планування	Основи бізнес-планування.	**1**	Поточне оцінювання
14.		Структура бізнес-плану	**2**	Поточне оцінювання
15.		Зміст основних складових бізнес-плану	**3**	Тематичне оцінювання
16.		Узагальнення знань	**1**	Підсумкове оцінювання
			Всього 24 години	

ДОДАТОК 5

КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ НАВЧАЛЬНИХ ДОСЯГНЕНЬ

1 рівень – початковий

Характеристика рівня:

Здобувач освіти з допомогою викладача відтворює на рівні розпізнання окремі елементи навчального матеріалу. При відповіді і виконанні завдань припускається суттєвих помилок.

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень
1	Здобувач освіти з допомогою викладача володіє елементарними економічними поняттями щодо підприємницької діяльності, може усно утворити 1-2 терміни теми. Відповіді односкладні. Може зробити записи у зошиті.
2	Здобувач освіти може відтворити кілька термінів, визначень, користуючись конспектом вибрати правильний варіант відповіді з запропонованих (на рівні «так», «ні»; не виконує домашніх завдань).
3	Здобувач освіти може усно відтворити окремі частини теми (відповідь з кількох простих речень, правильне застосування термінів). Домашні завдання не виконує. Працює безсистемно.

2 рівень – середній

Характеристика рівня:

Здобувач освіти на рівні запам’ятовування без достатнього розуміння відтворює навчальний матеріал та виконує завдання в неповному обсязі з частковою допомогою викладача. При відповіді і виконанні завдань припускається помилок, які самостійно виправити не може.

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень
4	Здобувач освіти значну частину матеріалу відтворює за конспектом. Може відповісти на окреме питання з допомогою викладача, здатний відтворити визначення деяких понять та термінів відповідно до тексту або розповіді викладача. Частково виконує домашнє завдання з використанням термінів загального обсягу навчальної теми. Працює безсистемно.
5	Здобувач освіти без достатнього розуміння відтворює основні положення навчального матеріалу, з помилками й неточностями дає визначення понять. Може сформулювати правило з допомогою викладача, опрацювати теоретичний матеріал, користуючись під час відповіді схемами, але не може узагальнити свою відповідь. Домашнє завдання виконує з використанням 50% термінів навчальних тем для тематичного оцінювання досягнень учня.
6	Здобувач освіти без достатнього розуміння відтворює основний навчальний матеріал та виконує завдання з епізодичною допомогою викладача. З окремими помилками дає визначення основних понять. Може частково аналізувати навчальний матеріал, порівнювати і робити висновки. При відповіді та виконанні завдань припускається помилок, які може частково виправити. Домашнє завдання виконує з використанням половини термінів навчальних тем.

3 **рівень – достатній**

Характеристика рівня:

Здобувач освіти самостійно з розумінням відтворює основний навчальний матеріал та застосовує його при виконанні завдань і тестових завдань. Дає визначення основних понять, аналізує і робить висновки. Відповідь здобувача совіти в цілому правильна, логічна та достатньо обґрунтована. Можлива консультативна допомога викладача. При відповіді та виконанні завдань припускається несуттєвих помилок, які можна виправити.

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень
7	Здобувач освіти дає визначення основних понять, аналізує, робить висновки. Його відповідь в цілому правильна, але містить неточності і недостатньо обґрунтована. Може з допомогою викладача розв'язувати завдання, тестові завдання та ситуації середнього рівня складності. Працює системно. Домашнє завдання виконує більше половини обсягу навчальних тем.
8	Здобувач освіти самостійно з розумінням відтворює основний навчальний матеріал. Дає визначення основних понять, аналізує та робить висновки. Відповідь в цілому правильна, логічна та достатньо обґрунтована. При відповіді та виконанні завдань припускається несуттєвих помилок, які частково виправляє. З допомогою викладача розв'язує завдання, тестові завдання та ситуації середнього рівня складності, може доповнювати відповідь здобувачів освіти. Працює системно на уроці. Досконало виконує домашнє завдання в повному обсязі.
9	Здобувач освіти володіє основним навчальним матеріалом в усній і письмовій формах. Дає визначення основних понять, аналізує та робить висновки. Його відповідь в цілому правильна, логічна та достатньо обґрунтована, але з деякими неточностями, які може виправити. Учень знає частково термінологію предмета, може дати визначення термінам, з допомогою викладача розв'язує завдання, тестові завдання. Систематично виконує домашні завдання в повному обсязі.

4 **рівень – високий**

Характеристика рівня:

Здобувач освіти володіє глибокими, міцними, узагальненими, системними знаннями навчального матеріалу в повному обсязі та здатний їх ефективно використати для виконання всіх передбачених навчальною програмою завдань. Відповідь здобувача освіти повна, правильна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення. Вміє самостійно знаходити і користуватися джерелами інформації. При відповіді та виконанні завдань припускається неточностей, які самостійно виправляє. Виказує пізнавально-творчий інтерес до предмета.

Бали	Критерії оцінювання навчальних досягнень
10	Здобувач освіти вміє усвідомлено засвоювати нову інформацію в обсязі, що передбачений програмою. Володіє глибокими, міцними знаннями навчального матеріалу та здатний їх використати для виконання завдань. Відповідь учня повна, правильна, логічна, містить аналіз і систематизацію. Встановлює причинно-наслідкові та міжпредметні зв'язки, робить висновки з незначною консультацією викладача. Вміє самостійно користуватися джерелами інформації. При відповіді та виконанні завдань припускається неточностей, які може виправити самостійно. Виказує пізнавально-творчий інтерес до предмета. Постійно виконує роботу з використанням термінів навчальних тем для тематичного оцінювання.

11	Здобувач освіти володіє узагальненими знаннями навчального матеріалу в повному обсязі та здатний їх ефективно використовувати для виконання всіх передбачених навчальною програмою завдань. Відповідь учня повна, правильна, логічна і містить аналіз, систематизацію, узагальнення навчального матеріалу. Вміє самостійно знаходити і користуватися джерелами інформації. Встановлює причинно-наслідкові та міжпредметні зв'язки. Робить аргументовані висновки. Знає термінологію. Може самостійно вирішувати завдання, тестові завдання та ситуації, застосовуючи придбані знання. Активно працює на уроці. Виконує домашні завдання у повному обсязі. Працює з додатковою літературою.
12	Здобувач освіти володіє системними знаннями навчального матеріалу та ефективно їх застосовує для виконання завдань, що передбачені навчальною програмою. Відповідь здобувача освіти повна, правильна, логічна, містить аналіз, систематизацію, узагальнення. Вміє самостійно знаходити і користуватися джерелами інформації. Встановлює причинно-наслідкові та міжпредметні зв'язки. Робить аргументовані висновки. Знає термінологію. Виявляє інтелектуальну ініціативу, виступає консультантом у навчанні інших. Є призером олімпіад та вікторин з предмета. Активно працює на уроці, виконує домашнє завдання у повному обсязі. Працює з додатковою літературою.

ДОДАТОК 6

Питання для контрольного опитування з *навчального курсу «Підприємницька діяльність»*

1. Предмет, метод і завдання дисципліни «Підприємницька діяльність».
2. Принципи підприємства.
3. Функції підприємства.
4. Суб'єкт підприємства.
5. Підприємницька ідея.
6. Умови підприємницької діяльності.
7. Закон попиту та пропозиції.
8. Основні способи організації власного бізнесу.
9. Форми створення власної справи.
10. Організаційно-правові форми підприємницької діяльності.
11. Одноосібне володіння, його переваги та недоліки.
12. Товариство, його особливості.
13. Економічна сутність малого підприємництва.
14. Місце і роль малого підприємства в економіці.
15. Психологія та етика підприємства.
16. Цінова політика підприємства.
17. Роль податків.
18. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності.
19. Постанова на облік у податкових органах.
20. Функції менеджменту, форми управління підприємством.
21. Функції маркетингу, сутність.
22. Сутність, класифікація та структура основних фондів.
23. Сутність та функції бізнес-плану.
24. Структура розробки бізнес-плану, його розділи.

25. Техніка складання бізнес-плану.
26. Конкурентоспроможність підприємства.
27. Економічна безпека.
28. Поняття власності.
29. Обігові кошти: сутність, склад та структура.
30. Ефективність прискорення обігових коштів.

ДОДАТОК 7

ТЕМАТИЧНІ КОНТРОЛЬНІ РОБОТИ З НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Тема 1. «Сутність підприємства»

Контрольна робота №1

Варіант – 1.

1. Предмет і метод підприємницької діяльності.
2. Виникнення та еволюція підприємства.

Варіант – 2.

1. Функції підприємства та його сучасна сутність.
2. Організація сучасного виробництва та його структура.

Контрольна робота №2

Варіант – 1.

1. Сутність та еволюція економічної системи.
2. Товарне виробництво.

Варіант – 2.

1. Підприємницька ідея та механізм її втілення.
2. Визначення переваг створення підприємництва.

Контрольна робота №3

Варіант – 1.

1. Технологія заснування власної справи.
2. Статутний фонд та його формування .

Варіант – 2.

1. Організація власного бізнесу.
2. Припинення діяльності підприємства.

Тема 2. «Екологічна свобода і підприємництво»

Контрольна робота №4

Варіант – 1.

1. Умови та принципи підприємницької діяльності.
2. Сутність конкуренції.

Варіант – 2.

1. Попит і закон попиту.
2. Пропозиція і закон пропозиції.

Тема 3. «Сутність, структура економічної власності»

Контрольна робота №5

Варіант – 1.

1. Основні типи і форми власності.
2. Основні види підприємств та їх організаційні форми.

Варіант – 2.

1. Місце і роль малого підприємства в економіці.

2. Сутність та види цін.

<u>Тема 4. «Менеджмент в управлінській діяльності підприємства»</u>

Контрольна робота №6

Варіант – 1.

1. Сутність менеджменту.
2. Сутність та причини складання бізнес-плану.

Варіант – 2.

1. Техніка складання бізнес-плану.
2. Антимонопольна діяльність держави.

ДОДАТОК 8

ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ НАВЧАЛЬНОГО КУРСУ «ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ»

1. До категорії бізнесу відносять…

А) Ринок, товар, приватну власність

Б) Прибуток, гроші

В) Потребу, попит, пропозицію, ціну

2. Проблеми, що, як і для кого виробляти стосуються…

А) Тільки ринкової економіки

Б) Тільки відсталої економіки

В) Кожного суспільства, незалежно від його соціально-економічної організації

3. Руйнівними силами розвитку бізнесу є…

А) Економічні закони ринку

Б) Ризик, конкуренція

В) Ділова творчість людини

4. Суть закону попиту полягає в тому, що…

А) Якщо ціна товару зменшиться, то обсяг його закупок зросте

Б) Якщо доходи споживачів зростуть, то вони купуватимуть більше товарів

В) Перевищення пропозицій над попитом спричинить зниження ціни товару

5. Поняття «капітал» означає кількість грошей, необхідних для започаткування бізнесу…

А) Так

Б) Ні

В) Необов'язково

6. Для споживчого бізнесу характерні особливості…

А) Здійснюються всіма суб'єктами, які вступають у ділові стосунки з приводу купівлі – продажу товару

Б) Відображає зацікавленість людей у результатах виробництва

В) Є стимулом щодо підприємницької діяльності

7. При прийнятті економічних рішень перед підприємцями завжди постає питання…

А) Одержання доходу через виробництво, продаж продукції

Б) Придбання товару (послуги)

В) Одержання доходу за роботу у підприємницькій фірмі на контрактній основі

8. Вкажіть, яке з наведених визначень найбільш відповідає поняттю "підприємництво"?

А) Процес створення власної справи

Б) Діяльність, яка пов'язана з суспільною користю

В) Самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик, господарська діяльність з метою одержання прибутку

9. Головними функціями підприємництва є…

А) Ресурсна, організаційна, творча
Б) Контролююча, регулююча, спостережна
В) Інформаційна, збутова, сервісна

10. Суб'єктами підприємницької діяльності є…

А) Юридичні особи всіх форм власності, фізичні особи
Б) Комерційні структури, малі підприємства
В) Громадяни України та інших держав, які не обмежені законом у правоздатності, дієздатності

11. Об'єктами підприємницької діяльності є…

А) Матеріали, сировина, товари народного споживання, послуги
Б) Обладнання, транспортні засоби, будинки, приміщення, споруди
В) Цінні папери, ноу-хау, винаходи, майнові та немайнові права

12. Підприємницька діяльність здійснюється у формах…

А) Індивідуальної, колективної
Б) Виробництва, торгівельної діяльності, надання послуг
В) Малого бізнесу, партнерства, корпоративного підприємництва

13. Яка економічна роль підприємництва?

А) Формує повний тип суспільного способу життя та підприємницької культури
Б) Стимулює господарську активність суб'єктів бізнесу та розвиток ринкових відносин
В) Забезпечує сильнодіючі стимули до праці, залучає непрацюючих у суспільно-корисну діяльність

14. Підприємці мають право…

А) Самостійно обирати вид підприємства, профіль та обсяги господарської діяльності
Б) Відкривати банківський рахунок, обирати постачальника, покупця, встановлювати договірні ціни
В) Будувати організаційну структуру фірми, наймати та звільняти працівників

15. До малих підприємств відносять…

А) Тільки підприємства з приватною формою власності
Б) Підприємства будь-якої організаційно-правової форми підприємництва
В) Юридичні особи, фізичні особи (індивідуальні підприємці)

16. Яку роль відіграє мале підприємництво у рішенні соціально-економічних проблем в Україні?

А) Надає гнучкості ринковій економіці
Б) Формує конкурентне середовище та послаблює монополізм у підприємницькій діяльності
В) Забезпечує створення додаткових робочих місць, формує середній клас суспільства

17. У цілому в секторі малого підприємництва України працює…

А) Біля 10 тис. осіб
Б) Майже 500 тис.
В) Понад 2 млн.

18. В Україні найбільша питома вага (більше 50%) малих підприємств…

А) У промисловості
Б) У будівництві, побутовому обслуговуванні
В) У торгівлі та громадському харчуванні.

19. Найбільша частка (64%) малих підприємств України…

А) З приватною формою власності
Б) З державною
В) З колективною

20. Нова підприємницька ідея необхідна для…

А) Забезпечення більш рентабельного виробництва, зниження собівартості продукції
Б) Збільшення розміру власного капіталу за рахунок реалізації успішної ідеї
В) Підвищення конкурентоспроможності фірми на ринку товарів та послуг

21. У процесі пошуку і виробу підприємницької ідеї необхідно оцінювати шанси на успіх за практичної її реалізації, виходячи з…

А) Рівня конкуренції, наявності потенційних споживачів та їх потреб
Б) Виробничого потенціалу фірми, реальних можливостей залучення фінансових коштів
В) Компетентності, досвіду й управлінських здібностей підприємців

22. Основним мотивом підприємницької діяльності є…

А) Задоволеність змістом та умовами праці, можливість здійснення творчої діяльності
Б) Комфорт, свобода та самостійність, підвищення престижу та ділового статусу
В) Матеріальна зацікавленість, можливість одержання прибутку

23. Формами управління підприємницької діяльності є…

А) Менеджмент у підприємницькій діяльності
Б) Маркетинг, сутність маркетингу
В) Організація власного бізнесу

24. Обов'язкові умови відкриття своєї справи є…

А) Бізнес-ідея
Б) Проєкт бізнес-плану
В) Складання бізнес-плану

25. І-й розділ бізнес-плану це

А) Опис продукту
Б) Аналіз ринку збуту
В) Оцінка конкурентів

26. IV-й розділ бізнес-плану – це…

А) Стратегія маркетингу
Б) План виробництва
В) Організаційний план

27. Складовими елементами системи бізнесу є…

А) Підприємницький бізнес
Б) Державний
В) Споживчий, трудовий

ДОДАТОК 9

РЕКОМЕНДАЦІЇ
ЩОДО ВИКОНАННЯ ПРАКТИЧНОЇ РОБОТИ ЗА РОЗРОБКОЮ «БІЗНЕС-ПЛАН ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО ПРОЄКТУ»

1. Бізнес-план підприємницького проєкту повинен бути розроблений відповідно до дійсної методики з бізнес-планування, до якого входять:
   - характеристика бізнес-плану;
   - опис підприємства;
   - характеристика продукції, послуг;
   - план маркетингу;
   - інвестиційний план;
   - виробничий план;
   - фінансовий план.
2. Бізнес-план проєкту складається з чотирьох розділів:

2.1. Розділ «Резюме проєкту» включає назву, короткий опис та обґрунтування соціальної актуальності проєкту.
2.2. Розділ «Юридичне обґрунтування проєкту» включає визначення організаційно-правової форми реалізованого проєкту, відомості про засновників.
2.3. Розділ «Попередній маркетинговий план проєкту» припускає опис товару (послуги), оцінку ринку збуту, його (її) конкурентоспроможності, перелік основних заходів з виводу продукту (послуги) на ринок.
2.4. Розділ «Приблизне технічно-економічне обґрунтування проєкту» (ТЕО) включає опис виробничо-технічної сторони проєкту, усі розрахунки фінансових витрат, які необхідні для реалізації проєкту. Витрати на реалізацію проєкту повинні бути розраховані відповідно до таких статей:
- обладнання;
- оснащення;
- сировина, матеріали;
- установка, монтаж і налагодження обладнання;
- оренда приміщення;
- витрати на рекламу;
- організаційний план виробництва;
- юридичний план;
- ризики і захист.

ДОДАТОК 10

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

І. Законодавчі акти

1. Господарський кодекс України: Прийнятий Верховною Радою України 16 січня 2003 р. К.: Істина, 2003. 208 с.
2. Про підприємництво : Закон України від 7 лютого 1991 року №698-XII // Відомості Верховної Ради України. 1991. №14. С. 168.
3. Про господарське товариство: Закон України від 19 вересня 1991 року №1576-XII // Відомості Верховної Ради України. 1991. № 49. С. 682.17
4. Про обмеження монополізму і недопущення недобросовісної конкуренції у підприємницькій діяльності: Закон України від 18 лютого 1992 року № 2132-XII // Відомості Верховної Ради України. 1992. № 21. С. 296.
5. Про державну підтримку малого підприємництва в Україні: Закон України від 19 жовтня 2000 року № 2063-III // Уряд. кур'єр. 2000. 22 листопада
6. Про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні: Закон України від 21.12.2000 №2157-III // Відомості Верховної Ради України. 2001. №40. С. 176.
7. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 1 червня 2000 року № 1775-III // Відомості Верховної Ради України, 2000. № 36. С. 299.
8. Про патентування деяких видів підприємницької діяльності: Закон України від 23 березня 1996 р. № 98/96-ВР // Відомості Верховної Ради України. 1996. № 14.
9. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: Закон України від 15.05.2003 №755-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 15. С. 203.
10. Про фінансовий лізинг: Закон України від 11 грудня 2003р. №1381-IV // Відомості Верховної Ради України. 2004. №42. С. 97.

11. Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування: Закон України від 09 липня 2003 р. № 1058-IV // Відомості Верховної Ради України. 2003. № 27. С. 69.

12. Про спрощену систему оподаткування, обміну та звітності суб'єктів малого підприємництва: Указ Президента України від 28 червня 1999 року № 746/99.

ІІ. Основна література

1. Бусыгин А.В. Предпринимательство: Основной курс: Учеб. для вузов. М.: Инфра-М, 1997. 608 с.

2. Варналій З.С. Основи підприємництва: Навч. посіб. 2-ге вид., випр. і доп. К.: Знання-Прес, 2003. 285 с.

3. Дашков Л.П., Данилов А.И., Тютюкина Е.Б. Предпринимательство и бизнес: Учеб. пособ. М.: ИВЦ "Маркетинг", 1996. 304 с.

4. Злупко С.М., Стефанишин О.В., Швайка Л.А. Підприємництво: основи, особливості, механізми: Навч. посіб. Л.: Львівський національний університет ім. І. Франка, 2000. 370 с.

5. Климко О. Власна справа: Навч.-метод. посіб. / О.Климко, А.Ковалко. К.: Юніверс, 2001. 108 с.

6. Малий бізнес та підприємництво у ринкових умовах господарювання: Навч. посіб. / Л.І.Воротіна, В.Є.Воротін, Л.А. Мартинюк, Т.В. Черняк: Ред. Л.І.Воротіна. 3-тє вид., доп. і перероб. К.: Європ. ун-т, 2004. 308 с.

7. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. К.: Академія, 2001. 280 с.

8. Онищенко Т. Предпринимательская деятельность без создания юридического лица. — 3-е изд., перераб. и доп. Х.: Фактор, 2000. 376 с.

9. Организация предпринимательства / Э.А.Арустамов, А.Н.Пахомкин, А.П.Платонов и др. М.: Маркетинг, 2001. 249 с.

10. Покропивний С.Ф. Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність: Навч. посіб. К.: КНЕУ, 1998. 352 с.

11. Предпринимательство : Учеб. для вузов / [Под. ред. В.Я.Горфинкеля, Г.Б.Поляка, В. А. Швандара]. М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1999. 475 с.

12. Пунько Б.М. Основи підприємницької діяльності (практичні аспекти): Навч. посіб. Л., 1997. 130 с.

13. Розвиток підприємництва в Україні / П.Гайдуцький та ін. К.: Нора-Друк, 2003. 248 с.

14. Сизоненко В.О. Сучасне підприємництво: Довідник. К.: Знання-Прес, 2003. 379 с.

15. Шевеленко С.Д., І.І.Федів; Заг. ред. В. В. Сопка. К.: Вища шк., 1997. 224 с.

16. Щёкин Г.В. Управлениебизнесом. К.: МАУП, 2004. 258 с.

17. Захарчин Г.М. Основи підприємництва: Навч. посіб. К.: Знання, 2008. 437с.

18. Полянко В.В., Круглянко А.В. Основи підприємництва: Навч. посіб. К.: Дакор, КНТ, 2008. 176 с.

19. Бесєдін М.О., Нагаєв В.М. Основи менеджменту: оцінно-ситуаційний підхід (модульний варіант); Підручник. К.: Центр навчальної літератури, 2005. 496 с.

20. Кузьмін О.Є., Мельник О.Г. Теоретичні та прикладні засади менеджменту: Навчальний посібник. 2- е вид. доп. і перероб. Львів: Національний університет „Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр „ІНТЕЛЕКТ+" Інституту післядипломної освіти), „Інтелект-Захід", 2003. 352 с.

21. Коваль З.О., Тивончук О.І., Підприємництво і менеджмент: Навч. посібник. Львів: Вид-во НУ «ЛП», 2009. 172 с.

22. Основи підприємництва: Навч. посіб. за заг. ред. П.В.Круша, В.І.Подвігіної, Б.М.Сердюка. К: КНТ, 2009. 64 с.

23. Кучеренко В.Р., Доброва Н.В., Квач Я.П., Осіпова М.М. Основи бізнесу. Практичний курс (зб. вправ, задач, тестів): Навч. посіб. / За ред.. В.Р.Кучеренка. К: Центр учб. літ-ри, 2010. 176 с.

III. Допоміжна література

1. Герчикова И.Н. Государственное регулирование предпринимательской деятельности: государственное и межфирменное: Учеб. пособие. М.: Консалтбанкир, 2002. 704 с.

2. Данилейко О. Власна справа: Метод. посіб. для тренерів / О.Данилейко, І.Захарченко, К.Ковалко. К.: Юніверс, 2002. 144 с.

3. Державне регулювання економіки / І.Михасюк, А.Мельник, М.Крупка, З.Залога; За ред. І.Р.Михасюка. К.: Атіка; Ельга-Н, 2000. 592 с.

4. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посіб. / Й.М.Петрович, І.О.Будіщева, І.Г.Устінова та ін.; За ред. Й.М.Петровича. 3-тє вид., перероб. і доп. К.: Знання, 2001. 405 с. (Вища освіта XXI століття).

5. Економіка і підприємництво: стан та перспективи: Зб. наук. праць. К.: КНТЕУ, 2002. 323 с.

6. Кононенко О. Частное предпринимательство: фиксированный налог. Х.: Фактор, 2001. 179 с.

7. Лицензирование предпринимательской деятельности. Вып. 35. К.: Бест и Ко, 2001. 92 с. (Право и практика).

8. Малоепредпринимательство в Украине: Бюлетень. Вып.36. К.: Бест и Ко, 2001. 100 с. (Право и практика).

9. Матвеева Т.М. Педагогические условия формирования предпинимательской компетентности у учащихся старших классов на основе метода проєктов: дис. кандидата пед. наук : 13.00.01. М., 2001. 285 с.

10. Науково-практичний коментар Господарського кодексу України / Кол. авт.: Г.Л.Знаменський, В.В.Хахулін, В.С.Щербина та ін.; За заг. ред. В.К.Мамутова. К.: Юрінком Інтер, 2004. 688 с.

11. Онищенко Т. Приватний підприємець/ Т.Онищенко, Ю.Рудяк. 4-те вид., перероб. і доп. Х.: Фактор, 2002. 496 с.

12. Савченко Е. Приватне підприємництво: запитання та відповіді / Е.Савченко, Ж.Семенченко, О. Пироженко. 5-е изд. перераб. и доп. Х.: Фактор, 2003. 128 с.

13. Словник підприємця/ Автори-укл.: О.О.Слюсаренко, Д.Д.Огороднікова, В.Л.Наконечний. К.: РВПС України НАН України, 1999. 195 с.

14. Смовженко Т.С. Державна політика сприяння розвиткові підприємництва: Монографія. Львів: Ін-т регіон. досліджень НАН України, 2001. 464 с.

Розділ 6

З ДОСВІДУ

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ НА УРОКАХ ІНОЗЕМНОЇ МОВИ

(з досвіду роботи)

Шарикіна Алла Сергіївна,
викладач англійської мови
Державного навчального закладу «Регіональний центр професійної освіти швейного виробництва та сфери послуг Харківської області»

e-mail: 05537638@ukr.net

ВСТУП

Успіх підприємницької діяльності будь-якої особистості знаходиться у прямій залежності від рівня сформованості в неї підприємницької компетентності. Учнівська молодь, яка незабаром увійде у доросле самостійне життя, під час навчання має отримати необхідні знання, уявлення про умови та особливості підприємницької діяльності, зокрема, усвідомити, наскільки вона потрібна для сучасного суспільства, які є організаційно-правові форми підприємництва тощо.

Підприємливість – це риса особистості, засадами якої є установка на постійний пошук нових можливостей за межами наявних ресурсів, саморозвиток та самореалізацію, ефективна діяльність в умовах невизначеності. Її результатом стає створення та реалізація об'єктивно або суб'єктивно нових ідей, технологій і соціальних проєктів. Підприємлива особистість наділена творчим потенціалом, здатністю до інновації та готовністю ризикувати, а також планувати та керувати проєктами для досягнення поставленої мети. Це допомагає людині зрозуміти суть власної діяльності та не упустити можливості досягти чогось, а також є фундаментом для оволодіння конкретними навичками та знаннями властивими тим, хто займається соціальною або комерційною діяльністю.

Уроки іноземної мови, зокрема англійської, є сприятливим середовищем для формування підприємливої особистості за умови, що викладач зможе створити належне підприємницьке тло через змістову складову заняття та форми навчальної діяльності. Формуванню підприємливості сприяє застосування інтерактивних методів навчання, що спонукають діяти і мислити. Вони орієнтуються на широкий спектр учнівських потреб та задовольняють їх. Здобувачі освіти мають можливість перебувати у змодельованому іншомовному середовищі, аналізуючи, дискутуючи, розмірковуючи про складні рішення, наслідуючи життєві ситуації тощо. Під час підготовки до уроку важливо продумати доцільність і послідовність використання різних технік і форм роботи, спрямованих на розвиток умінь і навичок, необхідних для мовленнєвої діяльності: читання, розуміння, слухання, ведення діалогу, усних, письмових висловлювань тощо.

Проєктна діяльність надає здобувачам освіти можливість визначитися з метою та способом дій, вчить розподіляти обов'язки, керувати, брати участь в обговоренні проблеми, робити висновки. Робота в групах, пошуково-дослідницька діяльність, інтерактивні, ігрові технології навчання допоможуть оволодіти способами взаємодії з оточенням, сформувати вміння збирати інформацію, аналізувати, успішно діяти в різних життєвих обставинах.

Кожен розуміє, що успішній особі (а підприємливість одна з її рис) потрібне знання іноземної мови. Без цього годі мандрувати, пізнавати світ чи налагоджувати міжнародні стосунки. Англійська як мова міжнаціонального спілкування стає важливим чинником успішного бізнесу. Важливо, щоб викладач, який прагне мотивувати здобувачів освіти, не забував наголошувати на цьому.

В основу пропонованих вправ та ділових ігор було покладено тематику ситуативного спілкування, визначену програмою з іноземних мов, зокрема теми «Засоби масової інформації», «Наука і технічний прогрес», «Робота і професія», «Мистецтво» тощо. Вони мотивують здобувачів освіти не тільки до активного спілкування, а й за умови застосування правильних підходів – до усвідомлення себе як підприємливої особи, яка вміє аналізувати, послуговуватися ІКТ, мислити інновативо, переконувати, ухвалювати відповідальні рішення тощо.

ТЕМА «JOBS»

Роздайте робочий аркуш і попросіть здобувачів освіти скласти власні речення відповідно до таблиці. Попросіть їх написати свої пропозиції на дошці та пояснити свій вибір.

A(n)	**cook** **chef** **tailor** **hairdresser** **taxi-driver** **actor** **fire-fighter** **surgeon** **teacher** **accountant** **lifeguard** **manager**	**should be**	**tolerant** **cheerful** **calm** **energetic** **attentive** **courageous** **creative** **intelligent** **caring** **disciplined** **alert** **kind**	**because …**

ТЕМА «JOBS»

Здогадайтесь, про яку професію йде мова.
Шляхом обговорення питання, заповніть таблицю.

? • *somebody who reports news: somebody whose job is to find out facts and use the print or broadcast media to tell people about them*

? • *somebody employed to sell something: somebody who sells goods or services, either in a store or by contacting potential customers*

? • *somebody caring for patients: somebody trained to look after sick or injured people, especially somebody who works in a hospital or clinic, administering the care and treatment that a doctor prescribes*

? a • *somebody taking and paying money: somebody who works in store or bank and handles customers' money transactions*

? •. *somebody medically qualified: somebody qualified and licensed to give people medical treatment*

? • *somebody who is paid to take care of one or more children in a family home, often also living there*

? • *somebody who attempts to control or extinguish fires, and to rescue people or animals from danger*

? • *a qualified professional adviser on legal matters who can represent clients in court*

? • *somebody who styles hair: somebody whose job is to cut and style people's hair*

ТЕМА «JOBS»

Заповніть таблицю на тему, що може бути однією з найкращих речей та однією з найгірших речей щодо запропонованих професій. Спочатку завдання виконується індивідуально, потім – парами. Після цього здобувачі освіти продовжують працювати у групах по чотири і, нарешті, обговорюють цю тему з усією групою.

The best things about these jobs	Jobs	The worst things about these jobs
	lifeguard	
	actor	
	teacher	
	taxi-driver	
	hairdresser	
	tailor	
	cook	
	surgeon	
	fire-fighter	
	chef	

ТЕМА «SOCIAL NETWORKING»

Поділіть здобувачів освіти на малі групи, можна використовуючи вправу "Find someone who…". Підберіть слова до пояснень шляхом обговорення.

hacked into / overtook / dating site / launched /sign up / log in / online

1._____:a website where people can meet in order to start a romantic relationship.

2._____: connect to a computer system by typing your name and password.

3._____: performed better that someone or something else.

4._____: entered a computer system without permission.

5._____: register on a website.

6._____: via the Internet.

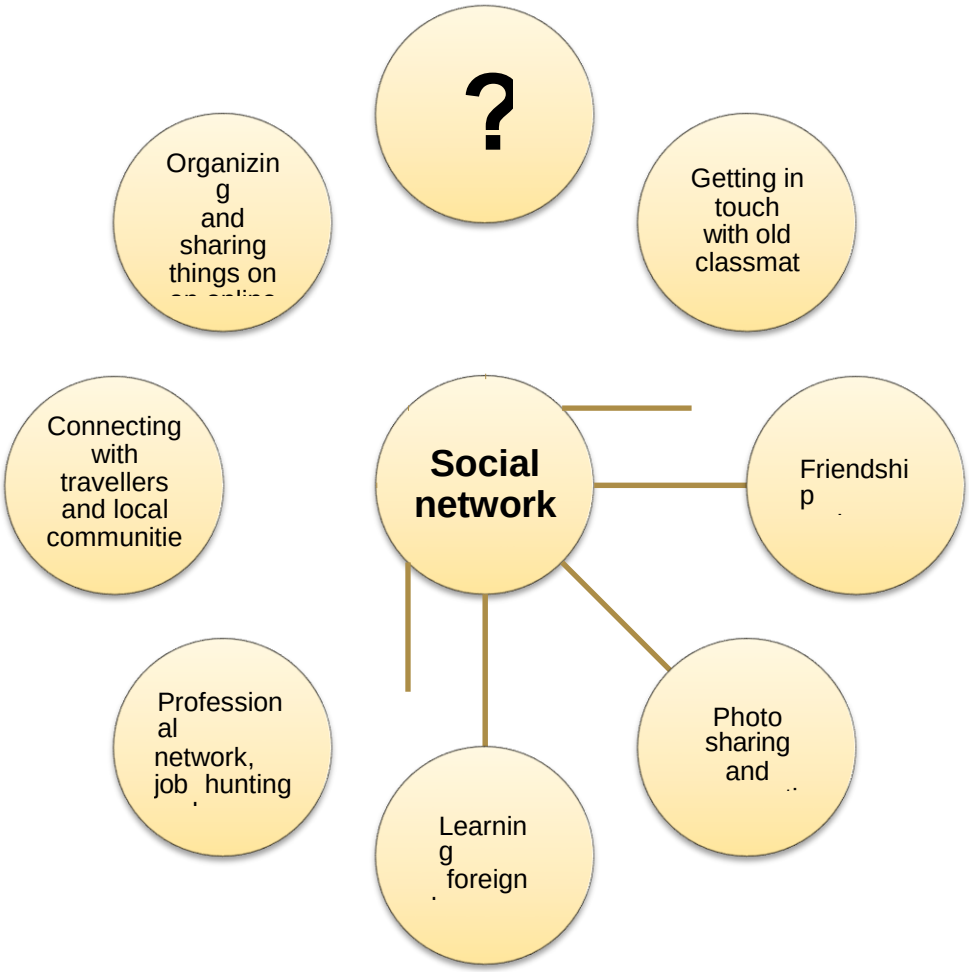
7._____: started (a new business or product).

ТЕМА «SOCIAL NETWORKING»

Speaking activity – BRAINSTORMING

Вправа виконується в два етапи.

1. ***Дайте відповідь на запитання «What do you use social networks for?»***



2. ***Наведіть приклад web-sites на кожний пункт діаграми.***

ТЕМА «EATING OUT»

Role-play«At the shop»

Здобувачів освіти отримують картки з зображенням різноманітних продуктів та їх цінами, а також завдання та ролі. Гра розрахована на парну роботу.

Student A	Student B
You are a shop assistant. Help a customer to buy everything he wants and don't sell your goods for low price	You have a party tonight. Buy everything you need to cook the best dinner. You have 45 $.

Тема «EATING OUT»

Role-play «Dialogue »

Скласти діалог між власником ресторану та майбутнім працівником, використовуючи подані фрази та ідеї. Гра розрахована на парну роботу.

Use language such as:

You have experienced in...

We need someone

who... I left my last job

student	student
You are a restaurant owner. Talk	**You are a chef. Talk to student**
- a job opening ***- his or her job experiense*** ***- duties required for the***	***- your job experience***

ТЕМА «FAMILY RELATIONSHIP»

Role-play «What's my problem? »

Гра допомагає розширити лексичний запас і закріпити вивчену лексику.
На стікерах пишуться різні життєві проблеми, а потім листочки у випадковому порядку розклеюються на спини здобувачів освіти:

Здобувачі освіти спілкуються і запитують один одного:

- Куди мені звернутися?
- Що мені потрібно зробити, щоб позбутися від цієї проблеми? (При цьому ніхто не може називати саму проблему).

Здобувачу освіти потрібно на основі порад зрозуміти, в чому саме полягає його проблема.

Реалізуючи через зміст уроку соціокультурну лінію (вивчення матеріальної та духовної культури, засвоєння знань про звичаї, традиції, літературу, державу та її адміністративний устрій, географічне становище), викладач, використавши підприємницьке тло, зможе додатково вмотивувати та зацікавити здобувачів освіти. Адже будь-яку тему можна розглянути в різних ракурсах. Акцент на підприємницькій складовій допоможе здобувачеві освіти зайняти активну позицію в суспільстві, яка базується на свободі вибору особистості.

МЕТОДИКА ПІДГОТОВКИ УЧНІВСЬКОЇ МОЛОДІ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЗМІШАНОГО НАВЧАННЯ

(з досвіду роботи)

Філіпова Аліна Вікторівна,
майстер виробничого навчання
Державного навчального закладу
«Черкаський професійний автодорожній ліцей»

e-mail: alinafilipova27@gmail.com

Розширення конкурентоспроможного й інноваційного сектора малих і середніх підприємств із високою доданою вартістю задекларовано одним із пріоритетів державної економічної політики в Україні. Такі підприємства є найбільш поширеною формою реалізації свободи підприємницької діяльності для основної маси громадян, передумовою здорової економічної конкуренції, а також зайнятості та підтримання добробуту для значної частини населення [1]. Надання здобувачам освіти знань, умінь і навичок з основ бізнесу та підприємницької діяльності дає можливість здобувачам освіти уявити як на практиці створюється бізнес, які фактори обумовлюють його ефективність, як здійснюється реалізація власних бізнес-ідей тощо.

На якість викладання інноваційних форм навчання як процесу суттєво впливають постійні контакти між здобувачем освіти і педагогом, розвиток співробітництва між здобувачами освіти, стратегія індивідуального підходу до базової підготовки, здібностей і можливостей учасників освітнього процесу і постійне удосконалення шляхів навчання.

Змішані підходи до навчання виявилися одними з найпопулярніших технологій сьогодення, тому що дозволяють скористатися гнучкістю і зручністю дистанційного курсу та перевагами традиційного класу. Змішане навчання дуже часто називають гібридним навчанням. Це пов'язано з тим, що змішане навчання акцентує увагу на суто механічному підході до змішування різних форм навчання. Гібрид являє собою поєднання нової, передової, з використанням можливостей ІТ-технології зі старою технологією і формування нового підходу (новації), з урахуванням відомих можливостей старої технології [2].

Розглянемо приклад проведення перевірних робіт на уроці виробничого навчання на тему «Створення власної справи» згідно з навчальними модулями зі стандартів професійної (професійно-технічної) освіти СП(ПТ)О 4222.N.82.11-2019 «Адміністратор» та СП(ПТ)О 4115.N.82.19-2018 «Секретар керівника (організації, підприємства, установи)» із застосуванням підвиду ротаційної моделі змішаного навчання «Перевернутий клас».

Перевернутий клас – це підвид ротаційної моделі в умовах змішаного навчання, при якому здобувачі освіти за визначеним графіком вивчають онлайн-частину вдома та офлайн-частину в навчальному закладі. Тобто вдома вони засвоюють теоретичний матеріал. А в аудиторії працюють із педагогом над виконанням навчально-виробничих робіт та представленням їх результатів.

Результатом вивчення теми мають бути сформовані згідно з вищезазначеними стандартами професійної (професійно-технічної) освіти наступні ключові компетентності: працювати в команді, відповідально ставитися до професійної діяльності, самостійно приймати рішення, діяти в нестандартних ситуаціях, планувати трудову діяльність, пошук та засвоєння нових знань, набуття нових умінь і навичок, визначати навчальні цілі та способи їх досягнення, оцінювати власні результати навчання, навчатися впродовж життя, професійної лексики та термінології, дотримання професійної етики, запобігання конфліктних ситуацій.

Методика проведення цього уроку зорієнтована на розвиток здатностей учнів до самостійного вирішення професійних проблем, формування умінь діяти у нетипових умовах та сприяє набуттю досвіду прийняття рішень у процесі колективної роботи.

Онлайн-частина передбачала проведення вступного та поточного інструктажу. Здобувачам освіти була запропонована ситуація: інвестор дарує 1 000 000 грн на реалізацію перспективної моделі бізнесу; створити власне підприємство з сайтом, товаром та доставкою за адресами. Вказується, що усі працівники знаходяться в умовах карантину та працюють віддалено. Здобувачі освіти, в свою чергу, мають не просто використати ці кошти, а й отримати прибуток та визначити, чи буде працювати підприємство через рік.

Вступний інструктаж проведено онлайн на платформі ZOOM (рис. 1), під час якого відбулась актуалізація опорних знань за допомогою тестування «Classtime» (рис. 1) та гра «Правда або брехня» на платформі «Kahoot!» – для засвоєння нового матеріалу (рис. 2).

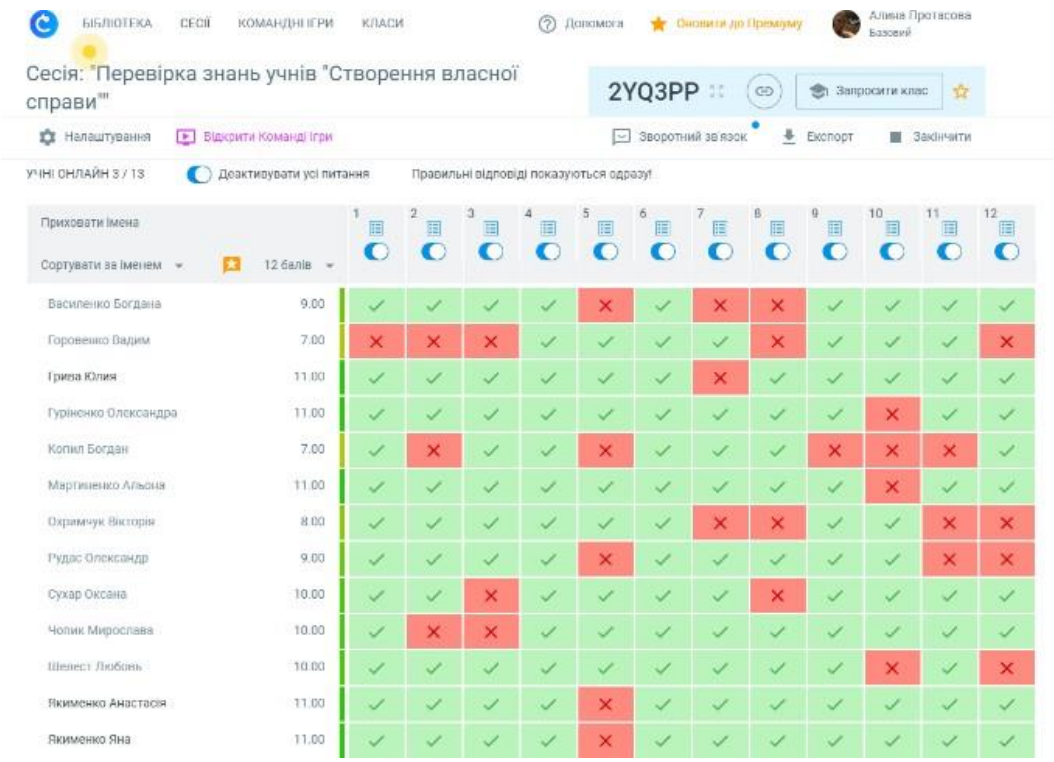


Рис. 1. Тестування на платформі «Classtime»

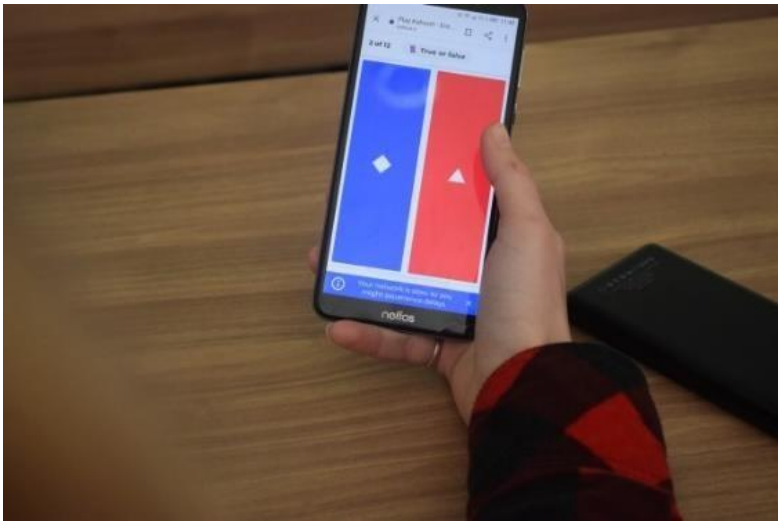


Рис. 2. Гра «Правда або брехня» на платформі «Kahoot!»

Для опрацювання нового матеріалу транслювалась презентація та коментувались основні складові теми: стадії та етапи створення власної справи, управлінський та життєвий цикл підприємства та його трудового колективу, варіанти початку бізнесу, бізнес моделі.

Поточний інструктаж також проводився в онлайн-режимі. Здобувачі освіти розподілились на 10 ділових ролей: директор підприємства, керівник відділу кадрів, керівник відділу маркетингу, рекламщик, адміністратор, юрист, бухгалтер, секретар керівника, інженер з охорони праці, кур'єр. Відповідно до кожної ролі були запропоновані завдання. Деякі завдання розраховані на декілька осіб одночасно. Перелік завдань відповідних ролей

пропонувався наступний: прийняття рішення щодо реалізації підприємства; прийняття на роботу працівників; оформлення особових справ; планування маркетингу; оформлення реклами; реєстрація юридичних документів; підписання трудових договорів; розробка бізнес-плану; обчислення заробітної плати, витрат, оподаткування; ведення бази клієнтів.

Завдання в кейсах складені так, що кожна професійна роль поєднується з іншою. Наприклад, певні ідеї маркетолога та рекламщика неможливо реалізувати без обрахунків бухгалтера та узгодження директора, або до роботи з кейсами ніхто не може приступити без зарахування в штат підприємства (завдання «Керівник відділу кадрів») та проходження інструктажу з охорони праці та безпеки життєдіяльності (завдання «Інженер з охорони праці») (рис. 3).

Рис. 3. Структура завдань у кейсах

Здобувачам освіти були надіслані наступні матеріали на Google disk:

- шаблони, бланки, таблиці, документи, зразки;
- посилання на джерела інформації;
- посилання на безкоштовні платформи, на яких можна створити сайт.

Групова робота реалізовувалась за допомогою програми ZOOM, що дозволяє розгалужувати учасників в окремі кабінети, до яких можливо приєднатись майстру виробничого навчання в будь-який час та проконсультувати за потреби.

У офлайн-частині (заключний інструктаж) здобувачі освіти доповідали результати роботи у вигляді презентацій (рис. 4), при цьому дискутували, аналізували, рефлексували, порівнювали, оцінювали та самооцінювали роботи, узагальнювали та робили висновки.

Рис. 4. Доповіді здобувачів освіти про результат роботи

Таким чином, здобувачі освіти відтворюють процес та організацію роботи на підприємстві. Це дозволяє збільшити розуміння про те наскільки важлива професія адміністратор та секретар керівника, як робота кожного працівника взаємопов’язана між собою, розкриває поняття системи процесу роботи, розширює світогляд на ці професії, а також піднімається питання ділового спілкування, конфлікти та їх вирішення, методу управління працівниками, спрацьованість, мотивація.

Кейси «Бухгалтер», «Юрист», «Маркетолог» не були виконані в повному обсязі. Це залежало від таких негативних факторів:

- неякісний інтернет, поганий мобільний зв'язок;
- відсутність технічного забезпечення, або неможливість підтримувати офісні програми;
- відсутність співпраці «здобувач освіти»-«здобувач освіти», «здобувач освіти»-«майстер виробничого навчання».

У цій формі виконання кейсів здобувачами освіти майстер виробничого навчання не має змоги повністю прослідкувати за їх роботою, побачити як вони співпрацюють, вказати на їх помилки в процесі, зорганізувати працю в колективі групи, згрупувати здобувачів освіти на спільну працю, відредагувати ділове спілкування або взагалі не побачити конфлікт, що може призвести до збою роботи підприємства.

Отже, використання змішаного навчання дає можливість формувати професійні компетентності майбутніх робітників інфраструктурного напрямку, реалізовувати їхні власні підприємницькі ідеї.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Синицина Г.А., Рачкован О.Д. Основи бізнесу та підприємницької діяльності: конспект лекцій / Г.А. Синицина, О.Д. Рачкован. Харків: ХДУХТ, 2019. 93 с.
2. Теорія та практика змішаного навчання: монографія / В.М. Кухаренко, С.М. Березенська, К.Л. Бугайчук, Н.Ю. Олійник, Т.О. Олійник, О.В. Рибалко, Н.Г. Сиротенко, А.Л. Столяревська; за ред. В.М. Кухаренка. Харків: «Міськдрук», НТУ «ХПІ», 2016. 284 с.
3. СП(ПТ)О 4222.N.82.11-2019 професія Адміністратор, видання офіційне. Київ, 2019.
4. СП(ПТ)О 4115.N.82.19-2018 професія Секретар керівника (організації, підприємства, установи), видання офіційне. Київ, 2019.
5. Підготовка майстра виробничого навчання до занять: Методичні рекомендації / Укладач С.О. Заславська. Донецьк, 2007. 64 с.
6. Шевчук С.С. Інноваційні підходи до навчання професії: Методичний посібник. – Донецьк: ІПО ІПП УМО АПН України. 2012. 120 с.

ІННОВАЦІЙНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

Електронне продовжуване видання
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

ГОЛОВНИЙ РЕДАКТОР

Валентина Радкевич,
доктор педагогічних наук, професор, дійсний член (академік) Національної академії педагогічних наук України, директор Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

ЗАСТУПНИКИ РЕДАКТОРА

Людмила Єршова,
доктор педагогічних наук, доцент, заступник директора з науково-експериментальної роботи Інституту професійно-технічної освіти НАПН України
Людмила Базиль,
доктор педагогічних наук, доцент, учений секретар Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

ЧЛЕНИ РЕДКОЛЕГІЇ

Тетяна Герлянд, доктор педагогічних наук, старший науковий співробітник, завідувачка лабораторії технологій професійного навчання Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Андрій Гуржій, доктор технічних наук, професор, дійсний член (академік) НАПН України, головний науковий співробітник лабораторії електронних навчальних ресурсів Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Андрій Каленський, доктор педагогічних наук, професор, провідний науковий співробітник лабораторії технологій професійного навчання Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Андрій Кононенко, кандидат педагогічних наук, завідувач науково-організаційного відділу Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Світлана Кравець, кандидат педагогічних наук, старший дослідник, завідувачка лабораторії зарубіжних систем професійно-технічної освіти і навчання Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Вікторія Кручек, доктор педагогічних наук, доцент, завідувачка лабораторії дистанційного професійного навчання Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Оксана Лапа, кандидат педагогічних наук, завідувачка лабораторії науково-методичного супроводу підготовки фахівців у коледжах і технікумах Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Петро Лузан, доктор педагогічних наук, професор, головний науковий співробітник лабораторії науково-методичного супроводу підготовки фахівців у коледжах і технікумах Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Нелля Ничкало, доктор педагогічних наук, професор, дійсний член (академік) НАПН України,
Академік-секретар Відділення професійно-технічної освіти та освіти дорослих НАПН України

Валерій Орлов, доктор педагогічних наук, професор, головний науковий співробітник лабораторії професійної кар'єри Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Микола Пригодій, доктор педагогічних наук, професор, завідувач лабораторії електронних навчальних ресурсів Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Марія Теловата, доктор педагогічних наук, професор, заступник директора з наукової роботи Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

Видання засноване 04 жовтня 2021 року
рішенням ученої ради Інституту професійно-технічної освіти НАПН України
(протокол № 10)

РУБРИКИ:

ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА
Відповідальний редактор: **Петро Лузан**,
доктор педагогічних наук, професор

НАУКОВО-МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ
Відповідальний редактор: **Валентина Радкевич**,
доктор педагогічних наук, професор,
дійсний член (академік) Національної академії педагогічних наук України

ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА
Відповідальний редактор: **Валерій Орлов**,
доктор педагогічних наук, професор

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ СУПРОВІД ЗАКЛАДІВ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ
Відповідальний редактор: **Оксана Лапа**,
кандидат педагогічних наук

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ
Відповідальний редактор: **Світлана Кравець**,
кандидат педагогічних наук, старший дослідник

ЦИФРОВІЗАЦІЯ ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ
Відповідальний редактор: **Микола Пригодій**,
доктор педагогічних наук, професор

ІННОВАЦІЙНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

Електронне продовжуване видання
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

РУБРИКА:
ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Рубрика заснована у 2021 році
рішенням Вченої ради Інституту професійно-технічної освіти НАПН України
(протокол № 10 від 04 жовтня 2021 року)

Відповідальний редактор: **Валерій Орлов**,
доктор педагогічних наук, професор

У рубриці «Підготовка до підприємництва» оприлюднюються результати інноваційної освітньої діяльності наукових співробітників Інституту професійно-технічної освіти НАПН України, навчально-методичних центрів професійно-технічної освіти, закладів професійної (професійно-технічної) та фахової передвищої освіти, отримані в ході науково-експериментальної роботи з підготовки молоді до підприємницької діяльності.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ РУБРИКИ

ГОЛОВА
Валерій Орлов,
доктор педагогічних наук, професор, головний науковий співробітник лабораторії професійної кар'єри
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

ЗАСТУПНИК ГОЛОВИ
Людмила Єршова,
доктор педагогічних наук, доцент, заступник директора з науково-експериментальної роботи
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

ЧЛЕНИ РЕДКОЛЕГІЇ
Людмила Базиль,
доктор педагогічних наук, доцент, учений секретар
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України
Інна Гриценок,
кандидат педагогічних наук, доцент, старший науковий співробітник лабораторії професійної кар'єри
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України
Марія Теловата,
доктор педагогічних наук, професор, заступник директора з наукової роботи
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України
Людмила Онопрієнко,
методист вищої категорії ДНУ «Інститут модернізації змісту освіти»
Ганна Сохацька,
кандидат економічних наук, доцент, завідувач лабораторії професійної кар'єри
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

ІННОВАЦІЙНА ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

Електронне продовжуване видання
Інституту професійно-технічної освіти НАПН України

РУБРИКА:
ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Випуск 1(1)
ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: збірник авторських розробок

Рекомендовано Вченою радою Інституту професійно-технічної освіти НАПН України (протокол № 10 від 04 жовтня 2021 року)

Формат 210×297
Ум. друк. арк. – 1,2
Авт. арк. – 15,0

Видавець:
Інститут професійно-технічної освіти НАПН України
03045 Київ, пров. Віто-Литовський, 98-а
+380 (44) 252-71-75; +380 (44) 259-45-53
Факс: e-mail: info@ivet.edu.ua
(Підтвердження внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців, виготовників і розповсюджувачів видавничої продукції. Серія ДК, No 3805 від 21.06.2010 р.)

Виготівник:
Комунальне книжково-газетне видавництво «Полісся»
10008 Житомир, вул. Шевченка, 18а.
(Свідоцтво про внесення до Державного реєстру: Серія ЖТ №5 від 26.02.2004 року

Науково-технічний редактор – Галина Однорог
Палітурка[1] – Людмила Шестерікова
Верстка – Олена Шамралюк

[1] У дизайні палітурки використано фото з мережі Інтернет

РУБРИКА:
ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА

ВИДАНО:

Випуск 1(1)'2021
ПІДГОТОВКА ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
збірник авторських розробок

ГОТУЮТЬСЯ ДО ВИДАННЯ:

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
збірник матеріалів експерименту всеукраїнського рівня
(2019-2021)

ТЕОРЕТИЧНІ І МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ КАДРІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ:
збірник звітних матеріалів наукового дослідження
(2019-2021)

ФОРМУВАННЯ ГОТОВНОСТІ МАЙБУТНІХ КВАЛІФІКОВАНИХ РОБІТНИКІВ ДО ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
збірник звітних матеріалів експерименту всеукраїнського рівня
(2020-2022)

ФОРМУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНІХ БАКАЛАВРІВ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА У ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ:
методичні рекомендації
(Середіна І.А.)