



ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ УПРАВЛІННЯ ТА ПРАВА
ІМЕНІ ЛЕОНІДА ЮЗЬКОВА

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення методичної ради університету
29 серпня 2024 року,
протокол № 1.

Перша проректорка, голова методичної
ради університету, кандидатка наук з
державного управління, доцентка

_____ Ірина КОВТУН

29 серпня 2024 року

М.П.

НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ
навчальної дисципліни
«Планування та організація власного бізнесу»
для підготовки на другому (освітньому) рівні
здобувачів вищої освіти ступеня магістра
за спеціальністю 073 Менеджмент
галузі знань 07 Управління та адміністрування
за денною формою навчання

м. Хмельницький
2024

РОЗРОБНИК:

Доцентка кафедри менеджменту, економіки,
статистики та цифрових технологій,
кандидатка економічних наук, доцентка
26 серпня 2024 року

Дар'я АРЗЯНЦЕВА

СХВАЛЕНО

Рішення кафедри менеджменту, економіки, статистики та цифрових технологій
27 серпня 2024 року, протокол № 1 .

Завідувачка кафедри, кандидатка
економічних наук, доцентка, доцентка
кафедри
27 серпня 2024 року

Наталія ЗАХАРКЕВИЧ

Деканеса факультету управління та
економіки, кандидатка економічних наук,
доцентка
27 серпня 2024 року

Тетяна ТЕРЕЩЕНКО

ПОГОДЖЕНО

Рішення методичної ради університету
29 серпня 2024 року, протокол № 1.

Перша проректорка, голова методичної ради
університету, кандидатка наук з державного
управління, доцентка
29 серпня 2024 року

Ірина КОВТУН

Обліковий обсяг – 1,33 ум.др.арк.

ЗМІСТ

	Стор.
1. Структура вивчення навчальної дисципліни	— 4
1.1. Тематичний план навчальної дисципліни	— 4
1.2. Лекції (<i>теми і плани</i>)	— 5
1.3. Семінарські заняття	— 6
1.4. Самостійна робота студентів	— 15
1.5. Підсумковий контроль	— 19
2. Схема нарахування балів	— 19
3. Рекомендовані джерела	— 20
4. Інформаційні ресурси в Інтернеті	— 22
5. Додатки	23

1. Структура вивчення навчальної дисципліни

1.1. Тематичний план навчальної дисципліни

№ теми	Назва теми	Кількість годин											
		Денна форма навчання						Заочна форма навчання					
		Усього	у тому числі					Усього	у тому числі				
			Лекції	Сем. (прак.)	Лабор.	Ін.зав.	СРС		Лекції	Сем. (прак.)	Лабор.	Ін.зав.	СРС
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1.	Сутність бізнесу та підприємництва. Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності	12	2	2	–	–	8	12	1	1	–	–	10
2.	Джерела фінансування підприємницької діяльності	11	2	2	–	–	7	11	1	1	–	–	9
3.	Дизайн-мислення в підприємстві	14	2	4	–	–	8	14	2	2	–	–	10
4.	Побудова бізнес-моделі підприємницького проекту	14	2	4	–	–	8	14	2	2	–	–	10
5.	Формування команди підприємницького проекту	12	2	2	–	–	8	12	–	1	–	–	11
6	Маркетингове забезпечення реалізації підприємницької ідеї	12	2	2			8	12	–	1	–	–	11
7	Стейкхолдер менеджмент	12	2	2			8	12	–	–	–	–	12
8.	Захист бізнесу та підприємницька таємниця. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності	14	2	4	–	–	8	14	–	–	–	–	14
9	Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві	12	2	2	–	–	8	12	–	–	–	–	12
10.	Масштабування та стратегування стартапу	11	2	2	–	–	7	11	1	1	–	–	9
11.	Презентування підприємницького проекту	11	2	2	–	–	7	11	1	1	–	–	9
	Всього годин:	135	22	28	–	–	85	135	8	10	–	–	117

1.2. Лекції

№ з/п	Назва і план теми	Кількість годин	
		Денна форма	Заочна форма
1	2	3	4
1.	Сутність бізнесу та підприємництва. Правові основи та організаційні форми підприємницької діяльності	2	1
1.1. 1.2. 1.3. 1.4.	Подібність та відмінність бізнесу та підприємництва. Найперспективніші сфери підприємницької діяльності. Поняття «підприємницька ідея», її зміст. Основні способи входження у бізнес: організація нової фірми; через систему франчайзингових договірних відносин; придбання фірми, яка вже функціонує. Порядок реєстрації підприємств в Україні. Вартість реєстрації юридичних та фізичних осіб.		
2	Джерела фінансування підприємницької діяльності	2	1
2.1. 2.2. 2.3. 2.4. 2.5. 2.6.	Моделі фінансування стартапів. Бутстрепінг як джерело фінансування стартапів. Краудфандинг як сучасний інструмент фінансування розвитку підприємства Бізнес-ангели та бізнес-акселератори як джерело фінансування стартапів Венчурне фінансування стартапів. Міжнародний досвід підтримки стартапів.		
3.	Дизайн-мислення в підприємстві	2	2
3.1. 4.2. 3.3. 3.4. 3.5.	Концепція дизайн-мислення: принципи, процес. Етапи роботи за схемою дизайн-мислення. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків. Процес генерації ідей. Техніки та інструменти створення концепції рішень Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей. Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів		
4.	Побудова бізнес-моделі підприємницького проекту	2	2
4.1. 4.2. 4.3. 4.4.	Сутність, види та особливості бізнес-моделі стартапу. Зміст бізнес-моделі, її відмінності від стратегії та бізнес-плану. Типи бізнес-моделей: О. Остервальдера та І. Піньє, «Lean» бізнес-канва. Бізнес-модель «Canvas». Концепція ощадливого стартапу (Lean Startup). Принципи концепції ощадливого стартапу		
5.	Формування команди підприємницького проекту	2	-
5.1. 5.2. 5.3. 5.4. 5.5.	Формування команди стартап-проекту. Сутність команди стартап-проекту. Формування команди учасників за ролями та функціями ресурсного забезпечення, продажу, розвитку продукту, фінансування, процесів та операцій. Розподіл участі та часток майбутнього бізнесу між членами команди стартапу Етапи масштабування команди стартап-проекту. Менторинг в стартапі. Переваги та недоліки менторства.		

1	2	3	4
6.	Маркетингове забезпечення реалізації підприємницької ідеї	2	-
6.1.	Маркетингова стратегія стартапу.		
6.2.	Аналіз ринку стартапу. Оцінювання обсягу ринку. Оцінювання конкуренції. Оцінювання перспектив зростання ринку.		
6.3.	Формування маркетингової стратегії стартапу.		
6.4.	Способи просування стартапу на ринок.		
7.	Стейкхолдер менеджмент	2	-
7.1.	Стейкхолдери та сутність стейкхолдер менеджменту.		
7.2.	Класифікація стейкхолдерів.		
7.3.	Інструменти та методи залучення стейкхолдерів до прийняття рішень.		
7.4.	Види стратегій управління стейкхолдерам.		
8	Захист бізнесу та підприємницька таємниця. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності	2	-
8.1.	Внутрішні і зовнішні шахрайства. Економічне шпигунство.		
8.2.	Економічна конкуренція та методи протидії недружнім поглинанням.		
8.3.	Поняття та ознаки комерційної таємниці. Вартість інформації, що становить комерційну таємницю.		
8.4.	Поняття ліцензії та ліцензування. Порядок отримання ліцензії суб'єктами підприємницької діяльності.		
8.5.	Поняття патентування та види патентів. Порядок отримання патентів суб'єктами підприємницької діяльності.		
9	Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємництві	2	-
9.1.	Організація договірних відносин у підприємстві. Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності.		
9.2.	Формування умов договору підприємцем. Типовий зміст, специфічні й загальні умови договору.		
9.3.	Партнерські зв'язки: сутність та організаційно-правова форма.		
9.4.	Форми співробітництва у сфері виробництва. Форми угод у сфері торгівлі. Форми співпраці у сфері фінансових відносин.		
10.	Масштабування та стратегування стартапу	2	1
10.1.	Півот стартапу. Чинники зміни бізнес-моделі стартапу. Види поворотів стартап-проекту за продуктом, ринком та ін.		
10.2.	Моделі та інструменти застосування півоту.		
10.3.	Масштабування стартапу. Складові масштабування. Механізми масштабування стартап-проекту.		
10.4.	Методи масштабування стартап-проекту за вертикального та горизонтального зростання.		
11.	Презентування підприємницького проекту	2	1
11.1.	Зміст та значення ефективного презентування підприємницького проекту.		
11.2.	Основні етапи підготовки презентації: визначення цілей, аналіз аудиторії, підбір контенту.		
11.3.	Методи демонстрації результатів: бізнес-моделі, фінансові прогнози, кейс-стаді.		
11.4.	Поняття пітчінгу. Техніки успішного пітчінгу проекту		
	Усього	22	8

1.3. Семінарські заняття

Семінарське заняття 1-2

Тема 1. Сутність бізнесу та підприємництва. Технологія організації підприємницької діяльності

Питання для усного опитування та дискусії

1. Подібність та відмінність бізнесу та підприємництва. Поняття "підприємницька ідея", її зміст. Джерела формування нових ідей. Методи пошуку підприємницької ідеї.
2. Особливості організації підприємств різних форм власності.
3. Особливості господарювання суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи.
4. Основні способи входження у бізнес: організація нової фірми; через систему франчайзингових договірних відносин; придбання фірми, яка вже функціонує.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Із використанням Інтернет-ресурсів підготувати доповідь/презентацію щодо 3-5 успішних стартапів (вітчизняних чи зарубіжних) у сфері, обраної для написання курсової роботи. Охарактеризувати підприємницьку ідею (джерело натхнення такої ідеї), особливості продукції чи послуг (оригінальність чи інноваційність), цільову аудиторію, результативність реалізації, інші характеристики.

Обговорення кейсового завдання 2. Підготувати доповідь/презентацію щодо 3-5 прикладів вдалого /невдалого неймінгу бізнесу у сфері, обраної для написання курсової роботи, вказати тип неймінгу, що використаний компанією, зробити висновки.

Обговорення кейсового завдання 3. Охарактеризувати відому франшизу організації бізнесу (за обраним видом діяльності або схожим). Навести основні вимоги та дані щодо вартості (первинний (паушальний) внесок, роялті, витрати на рекламу тощо). Результати оформити у вигляді наступної таблиці

Оцінка потенціалу використання франшизи як альтернативи реалізації підприємницької ідеї

Відомі франшизи у відповідній сфері	Вартість франшизи, у тому числі паушальний внесок та роялті	Вимоги до організації діяльності	...(інші вимоги)	...(інші вимоги)
1.				
2.				
3.				
.....				

Обговорення кейсового завдання 4. Охарактеризуйте бізнес-ідею власної справи; можливі напрямки реалізації; основні вигоди, що може отримати користувач товару (за кожним напрямком застосування); чим відрізняється від існуючих аналогів та замінників:

Таблиця 1. Опис ідеї бізнес-проекту

Зміст ідеї	Напрямки реалізації (продукти чи послуги, що пропонуються)	Потенційні техніко-економічні переваги	Новизна
	1.		
	2.		
	...		

Обговорення кейсового завдання 5. Порівняйте діяльності фізичних осіб-підприємців I, II і III груп. На основі наведеної інформації заповніть таблицю 1.

Таблиця 1. Особливості діяльності фізичних осіб-підприємців I, II і III груп

	I група	II група	III група
Дозволені види діяльності			
Максимальна кількість найнятих працівників			
Максимально допустимий дохід за рік, грн.			
Податки			
Використання касового апарату			
Особливості готівкового/безготівкового обороту			
Здійснення інтернет-торгівлі			
Отримання коштів за кордону			

Обговорення кейсового завдання 6. Ви плануєте розпочати підприємницьку діяльність у обраній сфері (за обраним видом діяльності). Сформулюйте власну бізнес-ідею, детально опишіть продукт (товар чи послугу). Визначте організаційно-правові аспекти організації такої діяльності:

1. Оберіть організаційно-правову форму господарювання (ТОВ, ПАТ, ФОП і т.д.), обґрунтуйте свій вибір.

2. Визначить очікуваний середньорічний дохід від реалізації продукції (послуг) підприємства та планову чисельність працівників. Обґрунтуйте свій вибір. Визначте вид підприємства за даними критеріями (мікропідприємств, мале, середнє, велике).

3. Оберіть систему оподаткування (загальна чи спрощена), обґрунтуйте свій вибір.

4. У випадку необхідності ліцензування обраної діяльності, вкажіть орган ліцензування, вартість і термін дії ліцензії.

Результати оформіть у вигляді таблиць 3.

Таблиця 3 – Організаційно-правові аспекти організації підприємницької діяльності у сфері _____

Види діяльності	Організаційно-правова форма господарювання	Вид підприємства за критеріями:		Рекомендована система оподаткування, характеристика	Необхідність ліцензування діяльності
		очікуваний середньорічний дохід від реалізації продукції (послуг)	планова чисельність працівників		
(обраний вид діяльності)					

Семінарське заняття 3

Тема 2. Джерела фінансування підприємницької діяльності

Питання для усного опитування та дискусії

1. Поняття фінансування підприємницької діяльності.
2. Особисте та колективне фінансування підприємницької діяльності.
3. Внутрішні джерела фінансування.
4. Кредитування підприємницької діяльності.
5. Лізинг як особлива форма кредитування підприємницької діяльності.
6. Венчурне фінансування підприємництва.
7. Краудфандинг у фінансуванні підприємницьких проєктів.
8. Фінансування через партнерства та альянси: переваги та виклики.

9. Бізнес-ангели та бізнес-акселератори як джерело фінансування стартапів.

10. Міжнародний досвід підтримки стартапів.

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: підприємництво, бізнес, фінансування, інвестиції, власний капітал, позиковий капітал, венчурний капітал, бізнес-ангели, краудфандинг, банківське кредитування, лізинг, гранти, державна підтримка, самофінансування, ризики фінансування, альтернативні джерела фінансування.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. За допомогою Інтернет-ресурсів підготуйте доповідь або презентацію на одну з таких тем:

1. Аналіз спеціалізованих установ та інституцій (вітчизняних або зарубіжних), що сприяють підтримці та розвитку Start-up. Розгляньте такі організації, як бізнес-янгели, бізнес-акселератори, стартап-інкубатори, фонди венчурного капіталу. Наведіть конкретні приклади їхньої діяльності, програм підтримки та успішних кейсів стартапів.

2. Огляд державних або міжнародних програм, грантових проєктів чи ініціатив підтримки бізнесу. Опишіть одну з діючих програм, її цілі, умови участі, доступні ресурси та успішні приклади підприємств, що отримали підтримку.

3. Опишіть 2-3 зарубіжні чи вітчизняні компанії, які можна віднести до категорії "єдинороги" (бажано у сфері, обраної для дослідження). У вашому описі розгляньте такі аспекти: історія створення; основні досягнення; фінансування та зростання; вплив на ринок та галузь тощо.

Вимоги до презентації:

1. Змістовність – чітка структура, логічна послідовність викладу матеріалу.
2. Реальні приклади – наведення конкретних кейсів відповідно до обраної теми.
3. Оформлення – якісне візуальне подання інформації (слайди, графіки, діаграми).
4. Джерела інформації – у кінці презентації обов'язково зазначити використані джерела.

Семінарське заняття 4

Тема 3. Дизайн-мислення в підприємництві

Питання для усного опитування та дискусії

1. Сутність, характерні ознаки та категорії дизайн-мислення.
2. Методологічні засади дослідження емпатії людини. Складання карти емпатії.
3. Фокусування як етап процесу дизайн-мислення.
4. Аналіз споживчої поведінки з метою виявлення проблем, нових потреб і переваг.

Інструменти опису та аналізу споживчої поведінки.

5. Генерація ідей: техніки та інструменти створення концепції рішень.
6. Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей.
7. Інструменти та технології прототипування.
8. Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів.

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: дизайн-мислення, підприємництво, бізнес-модель, інновації, креативність, емпатія, проблемно-орієнтований підхід, карта емпатії, прототипування, тестування, ідеяція, брейнштормінг, MVP (мінімально життєздатний продукт), Customer Journey Map (карта шляху користувача), rapid prototyping (швидке прототипування), human-centered design (людиноцентричний дизайн), agile-методологія, value proposition (ціннісна пропозиція).

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Оберіть певну групу споживачів у межах обраного виду діяльності та складіть карту емпатії для цієї аудиторії. Аналізуйте наступні аспекти:

Що вони думають і відчувають? (Які їхні переживання, страхи, мотивація, прагнення?)

Що вони бачать? (Яке їхнє оточення, які тренди, з ким вони взаємодіють?)

Що вони чують? (Які джерела інформації на них впливають? Чия думка для них важлива?)
Що вони говорять і роблять? (Як вони поведуться насправді? Чи є розбіжності між словами та діями?)

Які їхні болі (pain points)? (З якими труднощами, незручностями, проблемами стикаються?)

Які їхні потреби та вигоди (gains)? (Що допоможе їм досягти успіху або отримати бажане?)

На основі отриманих інсайтів проаналізуйте, як ці фактори можуть вплинути на: розробку нового продукту або послуги (як вирішити проблеми споживачів?); удосконалення існуючої пропозиції (як підвищити цінність та задоволеність клієнтів?).

Формат подання: візуалізація карти емпатії (може бути у вигляді схеми або таблиці); короткий аналітичний звіт із висновками та рекомендаціями.

Обговорення кейсового завдання 2. На основі отриманих даних попереднього завдання складіть профіль користувача (persona), визначте основні потреби та проблеми цієї аудиторії.

Обговорення кейсового завдання 3. Оберіть один з успішних стартапів (на прикладі міжнародних або вітчизняних компаній). Проаналізуйте, як у їхній діяльності застосовувалися принципи дизайн-мислення. Для цього:

1. Опишіть стартап:

назва компанії та її основний продукт/послуга;

ключова ідея чи інновація, яка лежить в основі стартапу.

2. Аналіз процесу дизайн-мислення:

Емпатія : Як стартап досліджував потреби і болі своїх клієнтів? Які методи (інтерв'ю, опитування, спостереження) використовувалися для збору даних від цільової аудиторії?

Визначення проблеми : Як були сформульовані основні проблеми або виклики, з якими стикаються які споживачі?

Ідея : Як стартап генерував ідеї для вирішення виявлених проблем? Які методи чи інструменти були використані для створення інноваційних рішень?

Прототипування : Як було розроблено перший прототип продукту або послуги? Як компанія тестувала свої ідеї перед запуском на ринок?

Тестування : Яким чином стартап отримував відгуки від користувачів і вносив корективи в продукт чи послугу? Які зміни були внесені після тестування?

3. Висновки та рекомендації:

Яким чином принципи дизайн-мислення сприяли успіху стартапу?

Які аспекти цього підходу були ключовими для досягнення конкурентних переваг і зростання стартапу?

Семінарське заняття 5-6

Тема 4. Побудова бізнес-моделі підприємницького проекту

Питання для усного опитування та дискусії

6.1. Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства.

6.2. Поняття та види планів, систематизація планів підприємства.

6.3. Призначення та структура бізнес-плану.

6.4. Еволюція концепції бізнес-моделювання.

6.5. Бізнес-модель підприємства: поняття, функції, практичне значення.

6.6. Види бізнес-моделей стартапів.

6.7. Підходи до формування бізнес-моделі підприємства:

модель А.Сливоцького;

модель Г.Хамела;

модель А. Остервальдера;

ощадливий стартап Lean Canvas;

модифікована модель для соціальних підприємств.

6.8. Особливості формування бізнес-моделі традиційного і віртуального підприємства

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: стратегічне планування, операційне планування, фінансове планування, SWOT-аналіз, цілі та завдання підприємства, бізнес-план, бізнес-моделі, ключові ресурси та партнери, ціннісна

пропозиція, клієнтська сегментація, канали збуту та маркетингові стратегії, постачальники та партнери, ризики та можливості в бізнесі, конкурентні переваги, Lean startup, Lean Canvas.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. На основі складеної карти емпатії (попереднє семінарське заняття) визначить ціннісну пропозицію для вашого підприємницького проекту (додаток 1):

описати, яку конкретну проблему ваш продукт/послуга вирішує для користувачів;

пояснити, чим ваш продукт/послуга є унікальним та чому клієнти вибирають саме вас серед інших конкурентів;

наведіть приклад того, як ваш бізнес відповідає потребам користувачів, виявлених у карті емпатії.

Обговорення кейсового завдання 2. Наведіть приклади успішних бізнес-моделей вітчизняних чи зарубіжних компаній, які працюють у тій самій або подібній сфері. Порівняти бізнес-моделі цих компаній з вашою цінною пропозицією, виявивши сильні та слабкі сторони кожної моделі. Визначте ключові елементи бізнес-моделі, які можна адаптувати чи покращити в рамках вашого проекту.

Обговорення кейсового завдання 3. На основі одного з підходів до формування бізнес-моделі підприємства (модель А.Сливогоцького; модель Г.Хамела; модель А. Остервальдера; ощадливий стартап Lean Canvas; модифікована модель для соціальних підприємств) розробіть бізнес-модель підприємницького проекту. Візуалізуйте отриману модель за допомогою онлайн-інструментів, таких як Canva, Miro, Business Model Canvas, або інших зручних платформ.

Семінарське заняття 7

Тема 4. Формування команди підприємницького проекту

Питання для усного опитування та дискусії

1. Формування команди стартап-проекту. Сутність команди стартап-проекту.
2. Формування команди учасників за ролями та функціями ресурсного забезпечення, продажу, розвитку продукту, фінансування, процесів та операцій.
3. Ключові проблеми у формуванні команди стартап-проекту.
4. Розподіл участі та часток майбутнього бізнесу між членами команди стартапу.
5. Масштабування команди стартап-проекту. Модель розвитку команди Б. Такмана.
6. Етапи масштабування команди стартап-проекту. Особливості роботи стартап-команди на кожному з етапів розробки стартап-проекту.
7. Менторинг в стартапі. Відмінності між коучингом та менторством.
8. Типи та види менторингу. Типи та функції менторів стартап-проекту.
9. Процедура реалізації менторингу. Техніки менторства.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Описати один із підходів до формування команди підприємницького проекту (завдання оформити у вигляді презентації). Вихідячи із опрацьованого теоретичного матеріалу (завдання 1) для обраного підприємницького проекту сформулювати мінімально життєздатну команду та перспективну команду. Визначити ролі кожного члена команди.

Семінарське заняття 8

Тема 4. Маркетингове забезпечення реалізації підприємницької ідеї

Питання для усного опитування та дискусії

1. Маркетинговий менеджмент стартап-проекту: сутність та особливості.
2. Поняття маркетингового менеджменту та маркетингу стартапу.
3. Аналіз ринку стартапу. Оцінювання обсягу ринку. Оцінювання конкуренції. Оцінювання перспектив зростання ринку.
4. Виявлення потенційних клієнтів стартапу. Оцінювання клієнтів стартапу.

5. Маркетингова стратегія стартапу.
6. Формування маркетингової стратегії стартапу: аналіз ринку, де планується просування товару, вивчення цільової аудиторії, виявлення конкурентів, визначення цілей розвитку бізнесу, визначення рівня конверсії, позиціонування та сегментування, просування та реклама продукту стартапу, визначення бюджету маркетингу.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Для обраного (попереднє семінарське заняття) підприємницького проекту визначити найближчих конкурентів та опишіть їх сильні та слабкі сторони, ціннісну пропозицію, сегмент ринку, маркетингові заходи тощо (завдання є складовою курсової роботи)

Таблиця Дослідження основних конкурентів у сфері реалізації підприємницької ідеї

Конкурент	Коротка характеристика	Конкурентні переваги	Конкурентні недоліки	Сегмент ринку		
1.						
2.						
3.						
.....						

Обговорення кейсового завдання 2. Для обраного підприємницького проекту проведіть сегментування ринку (завдання є складовою курсової роботи)

Таблиця 6 - Характеристика потенційних клієнтів реалізації бізнес-проекту¹

Потреба, що формує ринок (Базова потреба, яку задовольняє товар (згідно концепції потенційного товару))	Цільова аудиторія (Визначити потенційні цільові групи клієнтів, що можуть бути зацікавлені у задоволенні означеної потреби)	Відмінності у поведінці різних потенційних цільових груп клієнтів Вписати фактори, що формують поведінку клієнта - вік; місце проживання; сімейний статус; вид діяльності; рівень доходів; типові проблеми; бажання та мрії; хобі; стандарти, технічні регламенти, інші фактори цінового та нецінового характеру та особливості купівлі та експлуатації товару	Вимоги споживачів до товару (- до продукції - до компанії-постачальника)	Вимоги сегментів до комплексу маркетингу (де користувач найчастіше проводить час, якими соціальними мережами користується)

¹ Необхідно чітко визначити для кого розробляється продукт послуга. Важливо розділити користувачів та клієнтів. Наприклад, проект для дітей: користувачі (діти), а клієнти (батьки) - це різні сегменти. Також можна вказати «перших покупців», які будуть мати справу з сирым продуктом і є першими постачальниками відгуків. Крім того можуть бути і інші клієнтські сегменти: інфлюенсер, рекомендадор, економічний покупець, диверсант

Семінарське заняття 9

Тема 7. Стейкхолдер менеджмент

Питання для усного опитування та дискусії

1. Стейкхолдери та сутність стейкхолдер менеджменту. Класифікація стейкхолдерів.
2. Види стратегій управління стейкхолдерам.
3. Комунікаційні стратегії у стейкхолдер-менеджменті.
4. Оцінка задоволеності окремих груп стейкхолдерів.
5. Матриці аналізу стейкхолдерів:
 - матриця “Підтримка-сила впливу”;
 - мапа «Ставлення та знань стейкхолдерів»;
 - матриця Менделоу;
 - матриця «Впливу-інтересу стейкхолдерів»;
 - модель Р. Мітчелла, Б. Агле і Д. Вуда.
6. Збір інформації їх і оцінка та інтерпретація результатів. Моніторинг і розробка дієвих заходів. Антикризове управління стейкхолдерами.
7. Управління конфліктами інтересів.
8. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у контексті стейкхолдер-менеджменту.
9. Етичні принципи взаємодії із зацікавленими сторонами. Міжнародний досвід стейкхолдер-менеджменту та кращі практики.

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: стейкхолдери, стейкхолдер-менеджмент, стратегії управління стейкхолдерами, комунікаційні стратегії, оцінка задоволеності, оцінювання задоволеності, антикризове управління, корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), етичні принципи.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Відповідно до обраного підприємницького проекту визначте стейкхолдерів. Підготуйте реєстр стейкхолдерів (таблиця 1), карту зацікавлених сторін. Застосуйте одну з матриць аналізу стейкхолдерів (матриця “Підтримка-сила впливу”, мапа «Ставлення та знань стейкхолдерів», матриця Менделоу, матриця «Впливу-інтересу стейкхолдерів», моделлю Р. Мітчелла, Б. Агле і Д. Вуда тощо).

Для побудови матриці стейкхолдерів можете скористатись шаблонами:

<https://www.canva.com/templates/?query=%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%B9%D0%BA%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%B4%D0%B5%D1%80>

<https://www.mindonmap.com/uk/blog/stakeholder-mapping-template-example/>

Таблиця 1 Реєстр стейкхолдерів

Стейкхолдер (назва, ім'я)	Тип (зовнішній, внутрішній)	Роль	Сила впливу (висока, низька)	Важливість (високий/ низький)	основні вимоги / очікування	Типові інтереси	Засоби комунікації	Частота	Заходи впливу

Обговорення кейсового завдання 2. Ви є керівником відділу корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) великої компанії, яка має глобальну мережу партнерів та зацікавлених сторін (стейкхолдерів). Ваша компанія планує впровадити нову екологічну ініціативу, яка передбачає значні інвестиції у сталий розвиток, зокрема перехід до використання відновлювальних джерел енергії на підприємствах по всьому світу.

Завдання:

1. Ідентифікація стейкхолдерів: складіть список основних стейкхолдерів вашої компанії, яких безпосередньо стосуватиметься ініціатива щодо сталого розвитку (наприклад, акціонери, працівники, постачальники, клієнти, урядові органи, місцеві громади, екологічні організації). Визначте, які з цих груп мають найбільший вплив і як вони можуть бути залучені до процесу прийняття рішень.
2. Стратегії управління стейкхолдерами: оцініть можливі стратегії управління стейкхолдерами для кожної групи, що впливає на реалізацію ініціативи. Як забезпечити їхнє розуміння та підтримку нової стратегії? Як уникнути конфліктів інтересів між різними групами?
3. Оцінка задоволеності стейкхолдерів: розробіть критерії для оцінки задоволеності стейкхолдерів від реалізації цієї ініціативи. Як ви будете вимірювати, чи підтримують стейкхолдери зміну та чи задоволені вони результатами?
4. Моніторинг та антикризове управління: опишіть, як ви будете здійснювати моніторинг реалізації ініціативи. У разі виникнення проблем або кризових ситуацій, як ви будете реагувати та які заходи вживатимете для швидкого вирішення?
5. Корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) і етика: проаналізуйте етичні аспекти взаємодії з зацікавленими сторонами при реалізації КСВ-проекту. Як забезпечити прозорість і відповідальність у процесі взаємодії з усіма стейкхолдерами?

Ключові питання для обговорення:

Які стейкхолдери можуть бути найбільшими противниками або прихильниками цієї ініціативи?

Як налагодити ефективну комунікацію між компанією та стейкхолдерами для забезпечення успішного впровадження КСВ?

Як забезпечити баланс інтересів компанії та громадських стейкхолдерів?

Формат виконання: презентація або письмовий звіт з аналізом ситуації та запропонованими стратегіями.

Семінарське заняття 10-11

Тема 9. Захист бізнесу та підприємницька таємниця.

Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

Питання для усного опитування та дискусії

1. Внутрішні та зовнішні забезпечення безпеки бізнесу.
2. Система правового захисту комерційної таємниці підприємства, її складові. Поняття про режим доступу до інформації ділового, професійного, виробничого, банківського та іншого характеру.
3. Завдання служби безпеки щодо гарантування режиму та охорони.
4. Поняття та основні функціональні складові економічної безпеки підприємства.
5. Причини та першоджерела виникнення рейдерства. Інструменти здійснення рейдерства та формування системи захисту. Попередження здійснення захоплення та поглинання компанії рейдерами.
6. Поняття патентування та види патентів. Порядок отримання патентів суб'єктами підприємницької діяльності.

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: безпека бізнесу, комерційна таємниця, режим доступу до інформації, економічна безпека підприємства, служба безпеки підприємства, рейдерство, антирейдерський захист, патент, ліцензування, інтелектуальна власність, промислова власність, банкрутство, ділова репутація, конфіденційна інформація, фінансові ризики.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Для обраної ідеї стартапу проведіть патентний пошук з метою перевірки унікальності комерційної ідеї та огляду останніх новинок в області, що досліджується. Результати представити у таблиці:

П.І.Б. автора ідеї	Країна патентування	Назва документа стислий опис ідеї

Для реалізації патентного пошуку рекомендується використовувати інформацію з Інтернет-ресурсів вітчизняних та зарубіжних патентних відомств:

<http://isearch.kiev.ua/uk/searchpractice/searchengines/802-patent-search-sites>

Обговорення кейсового завдання 2. На основі відкритої інформації визначте, які торговельні марки у обраній сфері (підприємницький проект) мають найвищу вартість в поточному році.

Обговорення кейсового завдання 3. Розробити програму щодо профілактики ризиків для обраного підприємницького проекту. Результати оформити у вигляді таблиці:

Ризик	Можливі наслідки	Заходи попередження та нейтралізації

Обговорення кейсового завдання 4. Наведіть приклади незаконного заволодіння інформацією, що становить комерційну таємницю (приклади економічного шпигунства).

Порівняйте зарубіжний та вітчизняний досвід притягнення до відповідальності за такі діяння.

Семінарське заняття 12

Тема 9. Договірні взаємовідносини і партнерські зв'язки в підприємстві

1. Загальна характеристика підприємницьких договорів (контрактів, угод) як єдиної правової норми партнерських взаємозв'язків у бізнесі.

2. Сутність і значення партнерських зв'язків, регулювання правовідносин юридичних та фізичних осіб у сфері підприємницької діяльності.

3. Напрямки і форми співробітництва партнерів.

4. Форми співпраці у сфері фінансових відносин (факторинг і комерційний трансфер).

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: підприємницький договір, контракт, угода, партнерські зв'язки, правове регулювання, юридичні особи, фізичні особи, співробітництво, фінансові відносини, факторинг, комерційний трансфер, франчайзинг, лізинг, консорціум, аутсорсинг, стратегічне партнерство.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Підготувати лаконічний, але змістовний аналітичний матеріал (до 5 сторінок) або презентацію за обраною темою. Навести реальні приклади, додати посилання на використану літературу, а також запропонувати пізнавальне відео (матеріал), що розкриває сутність питання. (Тема визначається відповідно до номера у списку студентів):

1. Організація договірних відносин у підприємстві.

2. Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності.

3. Оферта як особлива форма укладання договору. Тверда і вільна оферта.

4. Формування умов договору підприємцем. Типовий зміст, специфічні й загальні умови договору.

5. Сутність і значення партнерських зв'язків, регулювання правовідносин юридичних та фізичних осіб у сфері підприємницької діяльності.
6. Напрямки і форми співробітництва партнерів.
7. Особливості співпраці за господарським договором із ФОПом.
8. Форми співробітництва у сфері виробництва.
9. Бартер, зустрічна торгівля і комерційна триангуляція як форми товарообмінних операцій.
10. Форми угод у сфері торгівлі.
11. Форми співпраці у сфері фінансових відносин (факторинг і комерційний трансфер).
12. Особливості фінансового лізингу.
13. Договори комерційної концесії та франчайзингу.
14. Спільна діяльність, як спосіб ведення бізнесу
15. Особливості приєднання та злиття юридичних осіб. Методи консолідації капіталів об'єднаних підприємств.
16. Особливості поділу юридичної особи та виділу з юридичної особи. Особливості перетворення юридичної особи. Методи оцінки активів та зобов'язань в умовах реорганізації бізнесу.

Семінарське заняття 13

Тема 11. Масштабування та стратегування стартапу

Питання для усного опитування та дискусії

- 1.Півот стартапу. Чинники переорієнтування стартап-проєкту. Чинники зміни бізнес-моделі стартапу.
- 2.Види поворотів стартап-проєкту за продуктом, ринком та ін.
- 3.Ключові метрики методології Pivot Startup. Ключові моделі півоту стартаппроєкту.
- 4.Особливості застосування часового, ринкового, організаційного, ментального півоту стартап-проєкту.
- 5.Стагнація стартап-проєкту.
- 6.Масштабування стартапу. Складові масштабування.
- 7.Механізми масштабування стартап-проєкту.
- 8.Чинники невдач за передчасного масштабування стартап-проєкту. Чинники успішного зростання стартап-проєкту.
- 9.Методи масштабування стартап-проєкту за вертикального та горизонтального зростання.

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: півот стартапу, зміна бізнес-моделі, види поворотів стартапу, Pivot Startup, метрики півоту, моделі півоту, часовий півот, ринковий півот, організаційний півот, ментальний півот, стагнація стартапу, масштабування стартапу, складові масштабування, механізми масштабування, передчасне масштабування, чинники успішного масштабування, вертикальне масштабування, горизонтальне масштабування.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Дослідіть реальні кейси успішних півотів стартапів, що дозволили компаніям адаптуватися до змін ринку та досягти успіху. Оберіть приклади з обраної або дотичної сфери. Визначте, які фактори сприяли прийняттю рішення про півот, які методи були застосовані та яких результатів вдалося досягти. Візуалізуйте результати аналізу у вигляді короткої презентації або аналітичного матеріалу.

Обговорення кейсового завдання 2. Наведіть приклади інструментів масштабування стартапу, таких як трекшн карта, HADI-цикли, розвиток клієнтів, SPACE-модель, юніт-економіка, теорія обмеженості Голдратта тощо. Проаналізуйте, в яких умовах і для яких типів стартапів вони є найефективнішими. Підготуйте огляд одного або кількох інструментів, включивши реальні кейси їхнього використання.

Обговорення кейсового завдання 3. Розгляньте приклади невдалих півотів стартапів. Визначте основні помилки, які призвели до їхнього провалу.

Семінарське заняття 14

Тема 11. Презентування підприємницького проєкту

Питання для усного опитування та дискусії

1. Цілі та завдання презентації бізнес-плану.
2. Організація проведення презентації бізнес-плану.
3. Пітчінг. Техніки успішного пітчінгу проєкту. Elevator Pitch (промова у ліфті), Napkin pitch (пітч на серветці).
4. Pitch deck (традиційна презентація бізнес-проєкту).
5. Взаємодія з аудиторією під час презентації. Ефективні прийоми взаємодії з аудиторією.
6. Сторітеллінг у сучасній презентації. Ефективні прийоми сторітеллінгу.

Ключовими термінами, на розумінні яких базується засвоєння навчального матеріалу теми, є: підприємництво, бізнес, презентація, мета презентації бізнес-плану, зміст презентації бізнес-плану, ключові питання презентації, форми проведення презентації, ефективність презентації, способи підвищення ефективності презентації, Elevator Pitch (промова у ліфті), Napkin pitch (пітч на серветці), Pitch deck (традиційна презентація бізнес-проєкту), експертиза бізнес-плану.

Аудиторна робота

Виконання студентами тестових завдань з питань теми заняття.

Обговорення кейсового завдання 1. Підготуйте пітч для обраного підприємницького проєкту за методикою: Elevator Pitch (промова у ліфті), Napkin pitch (пітч на серветці) або наведіть приклади таких пітчів від реальних стартапів. Запишіть відео-презентацію (для формату Elevator Pitch).

Обговорення кейсового завдання 2. Підготувати презентацію досліджуваного бізнес-проєкту за методикою Pitch Deck за структурою відомих компаній (DocSend, SEQUOIA, Airbnb, Uber, інші – на вибір студента).

1.4. Самостійна робота студентів

Самостійна робота студентів є однією з форм оволодіння матеріалом із навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу». Виконання самостійної роботи дозволяє студентам розвивати самостійне мислення, поглиблювати засвоєні теоретичні знання, опановувати практичні навички в галузі екологічного управління.

Самостійна робота із навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу» складається з різних індивідуальних завдань, що виконується у межах годин, відведених для самостійної роботи навчальним планом. Студент **самостійно обирає види завдань**, залежно від цільової кількості балів

Завдання 1 (10 балів). Організація воркшопу з підприємницької компетентності (Завдання може виконуватись у групах з 2-3 студентів).

Підготуйте та введіть воркшоп для формування підприємницької компетентності, розвитку мотивації до початку власної справи серед однієї з вибраних аудиторій: учні 10–11 класів; студенти молодших курсів університету (у тому числі ті, які навчаються за іншими освітніми програмами); інші групи. **Завдання:**

1. Розробіть концепцію воркшопу

Визначте цілі та ключові теми заходу (пошук підприємницької ідеї, складання канва ціннісної пропозиції, побудова бізнес моделі Canvas тощо).

Підберіть інтерактивні методи (дискусії, ігри, кейс-методи, командні завдання).

Підготуйте коротку презентацію або навчальні матеріали.

2. Проведіть воркшоп та задокументуйте результати. Зніміть коротке відео формату Reels або TikTok, де відобразіть ключові моменти заходу: процес навчання, думки учасників, отримані інсайти.

Завдання 2 (10 балів). Проведення інтерв'ю з підприємцями щодо особливостей здійснення бізнес-діяльності. Завдання може виконуватись у групах з 2 студентів. Провести інтерв'ю з 2-3 власниками бізнесу міста Хмельницького чи іншої територіальної громади щодо особливостей здійснення підприємницької діяльності (формування підприємницької ідеї, ціннісна пропозиція, конкурентні переваги, підприємницькі ризики, перспективи розвитку тощо). Складіть структуру інтерв'ю. Створіть відео формату *Reels* або *TikTok*, яке має відображати ключові моменти інтерв'ю, акцентуючи увагу на важливих аспектах підприємницької діяльності. Отримайте дозвіл від кожного учасника інтерв'ю на використання його персональних даних та публікації відео в Інтернет-простір.

Завдання 3 (20 балів). Формування заявки на отримання гранту на розвиток власної справи. Ви – підприємець початківець, плануєте отримати грант на розвиток власної справи. Ознайомтесь із вимогами щодо подачі грантової заявки на Дія: грант на власну справу. Сформууйте проект грантової заявки відповідно до зазначених вимог.

Завдання 4 (10 балів). Відео-контент для просування підприємницької культури Створить Reels або відео TikTok за тематикою дисципліни, наприклад:

- способи пошуку підприємницької ідеї.
- портрет сучасного підприємця.
- приклади застосування дизайн-мислення в бізнесі (використовувати реальні приклади з компаній м. Хмельницького, області чи інших територіальних громад).
- соціальне підприємство: як соціальна відповідальність може стати основою для успішного бізнесу.

Задача – зробити відео цікавим, інформативним та доступним для широкої аудиторії.

Завдання 5 (10 балів). Аналіз найближчих конкурентів в галузі. За даними сервіс моніторингу реєстраційних даних українських компаній Опендатабот (<https://opendatabot.ua/c/kved>) скласти перелік суб'єктів господарювання (не менше 10), що функціонують на території Вашої громади (м.Хмельницькому, області, іншій територіальній громаді), за обраним видом діяльності. Результати представити у вигляді таблиці 7(за прикладом). Визначити компанії за відповідним класом КВЕД «_____» з найбільшим виторгом, визначити їх територіальне розташування. За результатом аналізу зробити висновки щодо інтенсивності конкуренції, переважання організаційно-правових господарювання тощо.

Таблиця 7 Аналіз конкурентів у сфері «_____»

Назва	Організаційн о-правова форма господарюван ня	Адреса	Основний вид діяльності	Інші види діяльнос ті	Систем а оподат - куванн я	Динамі ка виручк и	Динамі ка чистого прибут ку	Кількість працівник ів	Вид підприємст ва (мале, середнє, велике)	Вид підприємст ва за формою власності (приватна, державна, комунальн а тощо)
ПП «ВАЛІМАР К-БІЗ»	Приватне підприємство	29000, Україна, Хмельницьк ий р-н, Хмельницьк а обл., м. Хмельницьк ий, вулиця Шухевича Романа, будинки, 2/1- Б	14.13 Виробницт во іншого верхнього одягу	Оздблення текстильних виробів, Виробництво спіднього одягу, Виробництво іншого одягу й аксесуарів, Оптова торгівля одягом і взуттям, Роздрібна торгівля одягом у спеціалізован их магазинах, Виробництво іншого трикотажного та в'язаного одягу, Оптова торгівля текстильними товарами,	Загаль на	2023 р.- 3 994 300 грн 2022 р.- 1 727 000 грн 2020 р.4 160 800 грн	2023 - 0 грн. 2022 - 18 300 грн. 2020 грн. - 51 800 грн.	2023 – 13 осуб 2022 - осіб	мале	Приватна

.....										
.....										
(не менше 10)										

Завдання 6 (10 балів). Написання тез на наукову конференцію. Написання та подання тез на одну з конференцій, пов'язаною з тематикою дисципліни та освітньою програмою (пропозиції безкоштовних конференцій прикріплено в розділі «Самостійна робота студента» в Google класі). Для зарахування тез як самостійної роботи студента необхідно до завдання приєднати посилання на збірник/сертифікат про участь та публікацію (або скрін відповіді орг.комітету про прийняття тез доповідей до друку). Важливо - тези повинні бути якісними, пройти перевірку на дотримання академічної доброчесності.

Завдання 7 (5 балів). Створення бренду та айдентики бізнесу. Розробіть базові елементи брендингу для власного підприємницького проекту:

1. Логотип (можна створити в Canva, Adobe Express, Figma тощо).
2. Слоган і місію бізнесу.
3. Основні кольори та шрифти, що будуть асоціюватися з брендом.
4. Приклади використання айдентики (соцмережі, сайт, реклама).
5. Результати оформіть у вигляді презентації.

Завдання 8. Участь в тренінгах. Здобувачу вищої освіти визнаються результати участі в тренінгах (у тому числі онлайн) за тематикою, пов'язаною з навчальною дисципліною, у порядку, визначеному Положенням про організацію освітнього процесу (за умови наявності сертифікату). Кількість зарахованих балів залежить від тематики та тривалості курсу (за погодженням з викладачем). Рекомендовані вебінари розміщені у Google класі «Планування та організація власного бізнесу» (код приєднання tzydll6). Важливо: один і той самий курс може обрати лише 1 студент з групи. Для зарахування курсу як самостійної роботи здобувача необхідно до завдання приєднати сертифікат та скрін (скріни) особистого кабінету, що засвідчують проходження (прогрес) курсу.

1.5. Підсумковий контроль

Підсумковий семестровий контроль проводиться у формі заліку. Структура залікового білету включає тестові питання (відкритого та закритого типу).

1.5.1. Питання для підсумкового контролю

1. Виникнення та еволюція поняття підприємництва.
2. Подібність та відмінність бізнесу та підприємництва.
3. Сутність і функції підприємництва.
4. Визначення перспективних сфер підприємницької діяльності.
5. Поняття "підприємницька ідея", її зміст. Джерела формування нових ідей. Методи пошуку підприємницької ідеї.
6. Сутність стартапу. Визначення та відмінні ознаки стартапу.
7. Правове забезпечення розвитку підприємництва на сучасному етапі.
8. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності. Класифікація підприємств.
9. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності
10. Особливості господарювання суб'єкта підприємницької діяльності – фізичної особи.
11. Основні способи входження у бізнес: організація нового бізнесу; через систему франчайзингових договірних відносин; придбання фірми, яка вже функціонує.
12. Державна реєстрація підприємницької діяльності в Україні. Обмеження підприємницької діяльності.
13. Роль держави у формуванні сприятливого бізнес-середовища.

14. Сутність державного регулювання підприємництва. Методи та інструменти державного регулювання підприємництва.
15. Основні напрями державної підтримки підприємництва в Україні.
16. Інструменти антимонопольного регулювання господарської діяльності.
17. Ліцензування підприємницької діяльності. Види діяльності, що підлягають ліцензуванню. Плата за отримання ліцензії.
18. Патентування підприємницької діяльності.
19. Державні та міжнародні організації, що сприяють розвитку підприємництва.
20. Державні програми підтримки малого та середнього бізнесу.
21. Інструменти підтримки бізнесу в період воєнного стану в Україні.
22. Поняття фінансування підприємницької діяльності.
23. Особисте та колективне фінансування підприємницької діяльності.
24. Внутрішні джерела фінансування. Кредитування підприємницької діяльності. Лізинг як особлива форма кредитування підприємницької діяльності.
25. Венчурне фінансування підприємництва.
26. Краудфандинг у фінансуванні підприємницьких проєктів.
27. Фінансування через партнерства та альянси: переваги та виклики. Бізнес-ангели та бізнес-акселератори як джерело фінансування стартапів.
28. Концепція дизайн-мислення: принципи, процес.
29. Емпатія: розуміння людських потреб та нестатків. Визначення проблеми: переформування та визначення проблеми людино-орієнтованими способами.
30. Фокусування як етап процесу дизайн-мислення.
31. Генерація ідей: техніки та інструменти створення концепції рішень.
32. Прототипування: застосування практичного підходу до моделювання ідей.
33. Тестування: розробка прототипу варіанту рішення проблеми та оцінка отриманих результатів.
34. Зміст та основні принципи планування діяльності підприємства.
35. Поняття та види планів, систематизація планів підприємства.
36. Призначення та структура бізнес-плану.
37. Еволюція концепції бізнес-моделювання.
38. Бізнес-модель підприємства: поняття, функції, практичне значення.
39. Види бізнес-моделей стартапів.
40. Підходи до формування бізнес-моделі підприємства: модель А.Сливоцького, модель Г.Хамела, модель А. Остервальдера, ощадливий стартап Lean Canvas, модифікована модель для соціальних підприємств.
41. Зміст та сутність сталого розвитку підприємств. Основні принципи та концепції сталого розвитку.
42. Економічна, екологічна та соціальна складові сталого розвитку.
43. Міжнародні стандарти та нормативно-правові засади сталого розвитку бізнесу.
44. Моделі сталого розвитку підприємств: трикутна модель сталого розвитку (Triple Bottom Line), циркулярна економіка (Circular Economy), модель спільної цінності (Creating Shared Value), ESG-модель (Environmental, Social, Governance).
45. Інструменти впровадження сталого розвитку: корпоративна соціальна відповідальність, екологічні інновації, ресурсоефективне виробництво.
46. Методи оцінки сталого розвитку підприємства: екологічний аудит, соціальний аудит, показники стійкості (GRI, SASB, SDG).
47. Зміст та значення ефективного презентування підприємницького проєкту. Основні етапи підготовки презентації: визначення цілей, аналіз аудиторії, підбір контенту.
48. Підготовка бізнес-плану як основи для презентації.
49. Психологічні аспекти презентації: вплив на аудиторію, техніки переконання, управління запереченнями.
50. Поняття пітчінгу. Техніки успішного пітчінгу проєкту. Elevator Pitch (промова у ліфті), Napkin pitch (пітч на серветці). Pitch deck (традиційна презентація бізнес-проєкту).

51. Сторітеллінг у сучасній презентації. Ефективні прийоми сторітеллінгу

1.5.2 Приклад залікового білету

1. Тестові завдання з варіантом відповіді.

1. Lean Canvas – це:

- а) інструмент, який допомагає краще зрозуміти бізнес-модель стартапу;
- б) список перших клієнтів стартапу;
- в) ескіз інтерфейсу продукту.

2. Якими видами діяльності не може займатися ФОП І групи?

- а) Роздрібна торгівля товарами на ринку;
- б) Надання побутових послуг населенню;
- в) торгівля товарами через інтернет
- г) Виробництво та продаж власної продукції.

2. Тестові завдання з відкритою відповіддю:

1. Опишіть переваги та недоліки організації бізнесу на основі франшизи.

2. Опишіть переваги та недоліки запуску стартапу через інституції екосистеми стартапів (акселерація, бізнес-інкубування, бізнес-янгели тощо).

2. Схема нарахування балів

2.1. Нархування студентам балів за результатами навчання здійснюється за схемою, наведеною на рис.

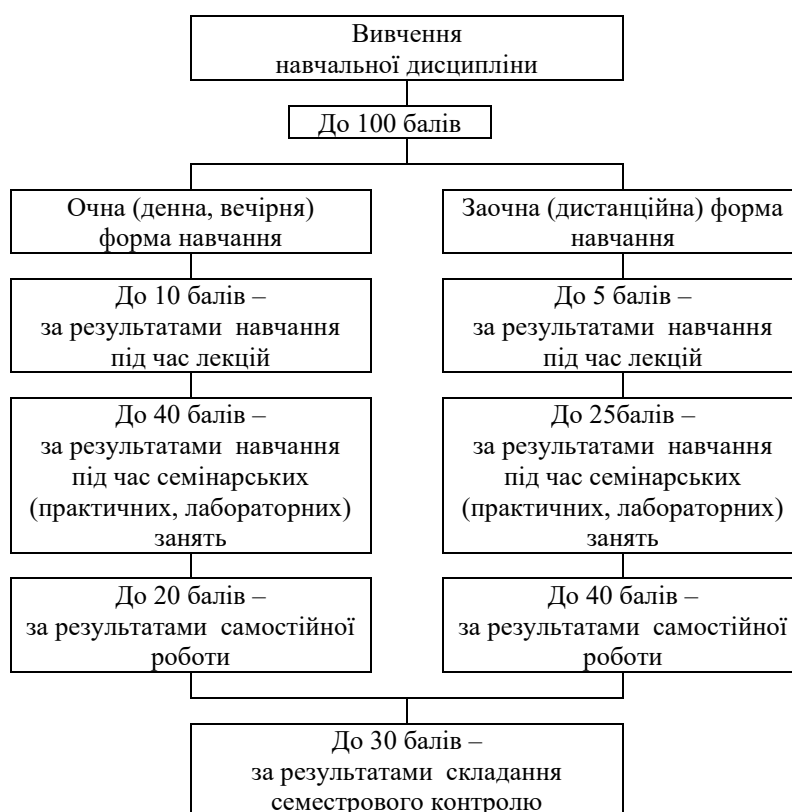


Рис. 2.1. Схема нарахування балів студентам за результатами навчання

2.2. Обсяг балів, здобутих студентом під час лекцій з навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу», обчислюється у пропорційному співвідношенні кількості відвіданих лекцій і кількості лекцій, передбачених навчальним планом, і визначається згідно з додатками 1 і 2 до Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права імені Леоніда Юзькова.

З навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу» передбачено проведення 11 лекційних занять за денною формою навчання.

Отже, студент може набрати під час лекцій таку кількість балів:

№ з/п	Форма навчання	Кількість лекцій за планом	Кількість відвіданих лекцій										
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1.	Денна	11	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9	1	0,9	0,9	0,9	0,9	0,9

2.3. З навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу» передбачено проведення 14 семінарських занять за денною формою навчання.

За результатами семінарського (практичного, лабораторного) заняття кожному студенту до відповідного документа обліку успішності виставляється кількість балів від 0 до 5 числом, кратним 0,5, яку він отримав протягом заняття.

Критерії поточного оцінювання знань студентів наведені у п. 4.3.8. Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права (затвердженого 29 травня 2017 року, протокол № 14).

2.4. Перерозподіл кількості балів в межах максимально можливої кількості балів за

самостійну роботу студентів та виконання індивідуальних завдань, наведено в наступній таблиці:

Розподіл балів за самостійну роботу з навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу»

№ з/п	Завдання	Усього балів
1.	Максимальна кількість балів за завдання 1-3	20
2.	Максимальна кількість балів за завдання 4-5	10
3.	Максимальна кількість балів за завдання 6	10
4.	Максимальна кількість балів за завдання 7	5
5.	Участь у тренінгах (за умови наявності сертифікату).	Кількість зарахованих балів залежить від тематики та тривалості курсу
	Усього балів	20

2.5. За семестровий контроль, що проводиться у формі семестрового заліку з навчальної дисципліни «Планування та організація власного бізнесу», студент денної форми навчання може максимально одержати 30 балів. Шкала визначення кількості балів та критерії оцінювання знань студентів за результатами семестрового контролю, подана у табл. 4.8 Положення про організацію освітнього процесу в Хмельницькому університеті управління та права.

3. Рекомендовані джерела

3.1. Основні джерела

1. Бізнес-планування підприємницької діяльності : навч. посіб. / З. С. Варналій, Т. Г. Васильців, Р. Л. Лупак, Р. Р. Білик. Чернівці: Технодрук, 2019. 264 с.
2. Васильців Т. Г., Качмарик Я. Д., Блонська В. І., Лупак Р. Л. Бізнес-планування: навчальний посібник. Київ: Знання, 2013. 173 с.
3. Волошина С.В. Бізнес-планування: конспект лекцій. Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. 64 с.
4. Гавриш, О. А., Бояринова К. О., Копішинська К. О. Розробка стартап-проектів. Конспект лекцій: навчальний посібник. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 188 с.
5. Долуда Л., Назарук В., Кірсанова Ю. Соціальне підприємництво. Бізнес-модель. Реєстрація. Оподаткування. Київ, 2017. 92 с..
6. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб / За заг. ред. д.е.н. Н. В. Сментини. – К: ФОП Гуляєва В.М., 2019. 320 с.
7. Кравченко М. О. Бізнес-модель як основа впровадження інновацій на підприємстві. Економіка та держава. 2019. № 12. С. 138-142Робул Ю. Управління стартапами. International Marketing Business Academy. URL: <https://imbacademy.com.ua>
8. Макаренко С. М. Бізнес-планування : навчально-методичний посібник для студентів спеціальності 073 «Менеджмент» рівня вищої освіти «бакалавр» / С. М. Макаренко, Н. М. Олійник. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с.
9. Менеджмент стартап проектів: підручник для студентів технічних спеціальностей другого (магістерського) рівня вищої освіти / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 337 с.
10. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів : Наказ Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 № 73.
11. Основи підприємницької діяльності : конспект лекцій для здобувачів вищої освіти ступеня «Бакалавр» спеціальності 208 «Агроінженерія» / уклад. В. С. Кушнірук. – Миколаїв : МНАУ, 2024. 78 с.

12. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В. М. Марченко. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.
13. Основи підприємницької діяльності: конспект лекцій : навч. посіб. для студ. денної та заочної форм навчання першого бакалаврського рівня вищої освіти спеціальності 051 «Економіка» освітньо-професійної програми «Економіка бізнес-підприємства» / КПІ ім. Ігоря Сікорського ; уклад.: С.В. Поліщук, О.П. Кавтиш. Електронні текстові дані (1 файл: __ Кбайт). Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 153 с.
14. Петрович Й. М. Створення і функціонування суб'єктів підприємництва : навч. посіб. К. : Ліра-К, 2015. 256 с.
15. Підприємництво: підручник / [С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін.]. Харків : УкрДУЗТ, 2018. Ч. 1. Теоретичні основи організації підприємницької діяльності. 241 с.
16. Презентація інноваційних розробок та просування Бізнес-планування старт-ап проєктів. URL: https://startup.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/11/IDP_Business_Planning_ua.pdf
17. Ситник Н. І. Концептуальні основи стартапів: їх сутність і класифікація. Бізнес Інформ. 2016. №8. С. 64-68.
18. Смаль В. Що слід знати про соціальне підприємництво: посібник. К. : ПРОЕКТ «ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ РОЗВИТКУ МІСТ», 2017. 58 с.
19. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін : посібник / [А. А. Свинчук та ін.]. Київ, 2017. 188 с.
20. Соціальне підприємництво: опорний конспект / укл. Овсянюк Бердадіна О. Ф. Тернопіль: Вектор, 2021. 74 с.
21. Соціальне підприємництво: посібник для викладачів курсу / за наук. ред. к. е. н. А. О. Корнецького. Київ, 2019. 160 с.
22. Управління стартапами : підручник для здобувачів вищої освіти за економічними спеціальностями / О. А. Гавриш, К. О. Бояринова, М. О. Кравченко, К. О. Копішинська; за заг. ред. О. А. Гавриша. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2020. 716 с.
23. Успішний бізнес план з Бізнес-моделлю КАНВАС. Uhbdp. URL: <https://uhbdp.org/ua/business-instruments/canvas>
24. Шаблон бізнес-плану. Pro-consulting. Аналітика ринків. Фінансовий Консалтинг. URL: www.pro-consulting.ua
25. Як розробити і оформити бізнес – план: навчально-методичний посібник для студентів ОР “бакалавр” спеціальності 076 "Підприємництво, торгівля та біржова діяльність". / Васильченко С.М. – Івано-Франківськ : ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету ім. Василя Стефаника, 2020. 52 с.
26. SimpleSe. Про соціальне підприємництво - просто! : [посібник підприємця] / Аліна В. Бочарнікова; Кер. проєкту Олександра Сметаненко; Іл. Орнелла Остапенко; ред. Марія Семенченко.– Київ : СТ-Друк, 2020. 67 с.

3.2. Допоміжні джерела

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Верховна Рада України. Законодавство України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 р. № 1576-XII Верховна Рада України. Законодавство України. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>
3. Арзянцева Д. А., Захаркевич Н. П., Токар І.І. Формування бізнес-моделей для сталого розвитку стартапів. *Успіхи і досягнення у науці*. № 6(6) (2024) С. 738-752. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/sas/article/view/14293/14363>
4. Про Стратегію сталого розвитку України до 2030 року. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH6YF00A>
5. Цілі сталого розвитку. URL: <https://www.undp.org/uk/ukraine/tsili-staloho-rozvytku>
Шевчук І.В., Арзянцева Д.А., Захаркевич Н.П., Крушинська А.В., Самарічева Т.А. Розвиток кліматично нейтрального бізнесу: європейський досвід. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 1 (52). URL: <https://economdevelopment.in.ua/index.php/journal/issue/view/33>

4. Інформаційні ресурси в Інтернеті

1. Prometheus. URL: <https://prometheus.org.ua/prometheus-free/kubernetes-basics/>
2. EdEra. URL: <https://ed-era.com/>
3. YouControl - українська аналітична онлайн-система для бізнесової аналітики. URL: <https://youcontrol.com.ua/>
4. Опендатабот – дані бізнесу. URL: <https://opendatabot.ua/>
5. Агентство з розвитку інфраструктури фондового ринку України. URL: <https://www.smida.gov.ua/>
6. Веб-портал Eurostat - European Commission. URL: [http:// ec.europa.eu](http://ec.europa.eu)
7. YEP Incubator. URL: <https://www.yepworld.org/>
8. Coursera. URL: <https://www.coursera.org/>
9. Дія.Бізнес Старт. URL: <https://business.diia.gov.ua/>
10. Український фонд стартапів. URL: <https://usf.com.ua>
11. Business Model Canvas Template. URL: <https://www.altexsoft.com/business-model-canvas-template-online/>

Воркшит 1. Ціннісна пропозиція підприємницького проекту

Створіть портрет клієнта 1 (B2C, якщо є)

Ім'я	
Країна	
Місто	
Вік	
Стать	
Сімейний стан	
Хобі	
Дохід	
Професія	

Створіть портрет клієнта 2 (B2B, якщо є)

Розмір компанії	
Сфера діяльності	
Країна діяльності	
Структура компанії (корпорація, стартап, аутсорс)	

Заповніть канву ціннісної пропозиції для вашого стартапу

Для якого сегменту клієнтів ви робите цю канву?

Задачі

Функціональні

Соціальні

Емоційні

Болі

Переваги

Знеболюючі

Додаткові переваги

Продукти та послуги

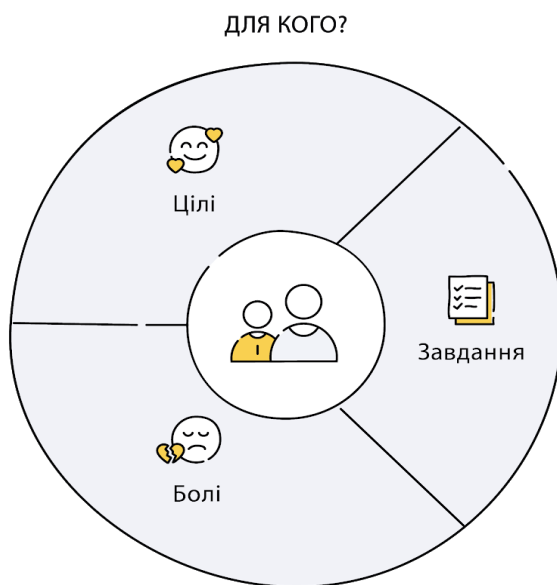


Рисунок 1. Канва ціннісної пропозиції

Ключові партнери Хто ваші ключові партнери? Хто ваші ключові постачальники? Які ключові ресурси ми отримуємо від партнерів? Якими ключовими активностями займаються партнери? Мотивація для партнерства Оптимізація та економія Зменшення ризиків та невизначеності Отримання конкретних ресурсів та дій	Ключові види діяльності Які ключові дії потрібні для нашої ціннісної пропозиції? Наші канали продаж? Зв'язки з покупцями? Отримання прибутку? Категорії Виробництво Розв'язання проблем Планування/ Встановлення зв'язку Ключові ресурси Які ключові ресурси вимагає ваша Ціннісна пропозиція? Для каналів постачання? Зв'язки з користувачами/покупцями? Отримання прибутку? Типи ресурсів Фізичні, Інтелектуальні (патент на бренд, дані)	Ціннісна пропозиція В чому цінність продукту для покупця? Яку проблему нашого покупця ми допомагаємо розв'язати? Які групи продуктів та сервісів ми надаємо для кожного сегменту покупців? Які потреби покупців ми задовольняємо? Характеристики Новизна Продуктивність Підлаштування під клієнта. Завершення роботи. Дизайн. Бренд/Статус. Ціна. Зменшення вартості. Зменшення ризиків. Доступність. Зручність	Відносини з клієнтами Який тип стосунків кожний із сегментів клієнтів очікує, що ми розпочнемо та будемо підтримувати? Які з ними встановили? Як вони поєднуються із рештою нашої бізнес-моделі? Наскільки вони затратні? Приклади Персональна підтримка Самообслуговування Канали Через які канали ваш сегмент користувачів хоче, щоб ви з ними контактували? Як ми зараз з ними контактуємо? Як наші Канали інтегровані? Який канал працює найкраще? Який канал найбільш економічно ефективний? Як цими каналами користуються користувачі/покупці? Фази каналу Упізнаність. Оцінка Купівля. Доставка. Після продаж	Сегменти користувачів Для кого ми створюємо цінність? Хто наші найважливіші клієнти? Ринок Масовий ринок Нішевий ринок Сегментований Різноманітний Багатоцільовий
Структура витрат Які найбільш значні затрати в нашій бізнес-моделі? Які ключові ресурси найбільш затратні? Яка ключова діяльність найбільш затратна? Бізнес більше залежить від витрат (пропозиція найменшої ціни, максимум автоматизації, активний аутсорс) Залежить від цінностей (сфокусований на створенні цінності, унікальність ціннісної пропозиції) Характеристики Фіксовані витрати (зарплата, оренда, комунальні послуги). Змінні витрати Економія на масштабі. Економія на кількості		Джерела доходів За яку цінність наші покупці справді хочуть платити? За що вони платять зараз? Як вони зараз платять? Як вони б хотіли платити? Скільки кожне із джерел доходів приносить в загальний прибуток? Типи: Продаж активів. Плата за використання. Плата за підписку. Оренда. Ліцензування. Брокерська оплата. Реклама Фіксована ціна: Ціна по прейскуранту. Залежить від властивостей продукту /від сегменту клієнтів. Ціна залежно від обсягу		

Рисунок 2.1. Шаблон Business Model Canvas о. Остервальдера та і. Піньє [9].

LEAN CANVAS		Назва Title:	Ким створений Created By:	Дата Date:
PROBLEM List your top 1-3 problems. ПРОБЛЕМА Вкажіть 1-3 найбільші, на Вашу думку, проблеми 	SOLUTION Outline a possible solution for each problem. ВИРІШЕННЯ Визначте можливе вирішення для кожної проблеми 	UNIQUE VALUE PROPOSITION Single, clear, compelling message that states why you are different and worth paying attention. УНІКАЛЬНА ЦІННИСНА ПРОПОЗИЦІЯ Єдине, чітке, переконливе твердження, яке обґрунтовує, чому Ваш продукт інший і на нього варто звернути увагу 	UNFAIR ADVANTAGE Something that cannot easily be bought or copied НЕСПРАВЕДЛИВА ПЕРЕВАГА Щось, що не може бути легко куплене чи скопійоване 	CUSTOMER SEGMENTS List your target and users. СЕГМЕНТИ СПОЖИВАЧІВ Вкажіть Ваших цільових споживачів та користувачів 
EXISTING ALTERNATIVES List how these problems are solved today ІСНУЮЧІ АЛЬТЕРНАТИВИ Вкажіть, як ці проблеми вирішуються сьогодні 	KEY METRICS List the key numbers that tell you how your business is doing КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ Визначте ключові показники, які вкажуть Вам на стан Вашого бізнесу 	HIGH LEVEL CONCEPT List your X for Y analogy (e.g. YouTube - Flickr for videos) КОНЦЕПЦІЯ ВИСОКОГО РІВНЯ Перерахуйте свою аналогію X для Y (наприклад, YouTube - Flickr для відео) 	CHANNELS List your path to customer (inbound or outbound) КАНАЛИ Вкажіть Ваш шлях до споживача (вхідний чи вихідний) 	EARLY ADOPTERS List the characteristics of your ideal customers "ПЕРШОПРОХОДЦІ" Вкажіть характеристики Ваших ідеальних споживачів 
COST STRUCTURE List your fixed and variable costs СТРУКТУРА ВИТРАТ Перерахуйте Ваші постійні та змінні витрати 		REVENUE STREAMS List your sources of revenue ПОТОКИ ДОХОДІВ Перерахуйте Ваші джерела доходу 		

Рисунок 2.2. - Шаблон Business Model Lean Canvas

