

**ПОЛТАВСЬКА ДЕРЖАВНА АГРАРНА АКАДЕМІЯ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА МЕНЕДЖМЕНТУ**

**ПРОГРАМА
АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

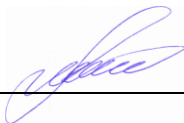
**за спеціальністю
076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
галузь знань 07 «Управління та адміністрування»
Ступінь вищої освіти «Бакалавр»**



Полтава-2018

Програму підготували: декан факультету економіки та менеджменту Полтавської державної аграрної академії Галич О.А., викладачі: Махмудов Х.З., Хурдей В.Д., Михайлова О.С., Калюжна Ю.П., Снітко О.П., Самойлик Ю. В.

Програма розглянута та затверджена науково-методичною радою спеціальності «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність», протокол № 2 від 25 вересня 2018 року.

Голова науково-методичної ради, к.е.н., доцент  О.С. Михайлова

ЗМІСТ

Вступ	4
I. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ	6
II. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЄДИНОГО ДЕРЖАВНОГО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ	7
III. ЄДИНИЙ ДЕРЖАВНИЙ КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ІСПИТ	8
Навчальна дисципліна «Підприємництво»	8
Навчальна дисципліна «Біржова діяльність»	33
Навчальна дисципліна «Маркетинг»	59
Навчальна дисципліна «Стратегія підприємства»	87
IV. ПРИКЛАД СИТУАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ	114

ВСТУП

Атестація здобувачів вищої освіти зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» СВО «Бакалавр» здійснюється за допомогою засобів об'єктивного контролю ступеня досягнення кінцевих цілей освітньо-професійної підготовки на підставі оцінки рівня професійних знань, умінь та навичок здобувачів вищої освіти з використанням загальнодержавних методів комплексної діагностики – складання Єдиного державного кваліфікаційного іспиту.

До Єдиного державного кваліфікаційного іспиту включені 4 обов'язкові дисципліни професійної підготовки:

- «Підприємництво»;
- «Біржова діяльність»;
- «Маркетинг»;
- «Стратегія підприємства».

При складанні єдиного державного кваліфікаційного іспиту здобувачі вищої освіти повинні відповідно до вимог освітньо-професійної програми бакалавра за спеціальністю 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» показати високу фундаментальну та спеціальну підготовку, вміння вирішувати організаційно-господарські ситуації діяльності підприємства в сучасних умовах ринку.

Перелік компетентностей випускника згідно освітньо-професійної програма вищої освіти ПДАА програми підготовки бакалавра галузі знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»:

Інтегральна компетентність

Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та проблеми у сферах підприємницької, торговельної та біржової діяльності або в процесі навчання, що передбачає застосування теорій та методів організації і функціонування підприємницьких, торговельних, біржових структур і характеризується комплексністю та невизначеністю умов.

Загальні компетентності

1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу.
2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях, виявляти, ставити та вирішувати завдання у сфері професійної діяльності.
3. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовами у професійній сфері.
4. Навички використання інформаційних і комунікаційних технологій.
5. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.
6. Здатність працювати автономно та в команді, навички міжособистісної взаємодії.

7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.
8. Здатність ініціювати заходи щодо збереження навколишнього природного середовища та здійснення безпечної діяльності.
9. Здатність діяти відповідально та свідомо.

Спеціальні (фахові, предметні) компетентності

1. Знання і розуміння теоретичних засад підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
2. Здатність обирати та використовувати відповідні методи, інструментарій для обґрунтування рішень щодо створення, функціонування підприємницьких, торговельних і біржових структур.
3. Розуміння форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин.
4. Здатність застосовувати інноваційні підходи в діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.
6. Знання і розуміння нормативно-правового регулювання у сфері підприємницької, торговельної та біржової діяльності.
7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких, торговельних та біржових структур.
8. Знання і розуміння основ обліку та оподаткування в підприємницькій, торговельній, біржовій діяльності.
9. Знання та розуміння організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких, торговельних і біржових структур.
10. Здатність до бізнес-планування, оцінювання кон'юнктури ринків і результатів діяльності у сфері підприємництва, торгівлі та біржової практики з урахуванням ризиків.

Інформаційною базою засобів об'єктивного контролю ступеня досягнення кінцевих цілей освітньо-професійної підготовки фахівців є перелік тем, з яких складаються анотації з обов'язкових професійних дисциплін спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

I. МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЯ ПРОВЕДЕННЯ АТЕСТАЦІЇ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Визначення рівня фахової підготовки здобувачів вищої освіти спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» проводиться шляхом складання єдиного державного кваліфікаційного іспиту.

Єдиний державний кваліфікаційний іспит проводиться в два етапи.

На першому етапі перевіряється рівень теоретичної підготовки здобувачів вищої освіти з навчальних дисциплін: «Підприємництво», «Біржова діяльність», «Маркетинг», «Стратегія підприємства» шляхом комп'ютерного тестування. Ці тести є складовою частиною комплексних кваліфікаційних завдань. Програмою передбачається відповідь здобувача вищої освіти – випускника на 60 контрольних запитань, визначених ПЕОМ методом вибірових чисел. Контрольні питання визначаються для кожного здобувача вищої освіти окремо. По кожному запитанню передбачається 4 відповіді, з яких здобувач освіти повинен вибрати вірну.

На другому етапі фахового іспиту здобувач вищої освіти вирішує конкретну практичну комплексну господарську ситуацію з профілю підготовки та захищає її перед екзаменаційною комісією.

Загальну оцінку з Єдиного державного кваліфікаційного іспиту виставляє екзаменаційна комісія з врахуванням результатів тестування, розв'язання та захисту практичного завдання.

II. КРИТЕРІЇ ОЦІНЮВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ЄДИНОГО ДЕРЖАВНОГО КВАЛІФІКАЦІЙНОГО ІСПИТУ

Оцінювання результатів єдиного державного кваліфікаційного іспиту складається з трьох етапів:

1. критерії оцінювання тестових завдань;
2. критерії оцінювання результатів розв'язку та захисту комплексної кваліфікаційної задачі;
3. підсумкова оцінка.

1. Оцінка тестового завдання

Критеріями оцінки знань здобувачами вищої освіти визначено наступну кількість балів (у %):

- 90-100 % – «відмінно» (за шкалою ЄКТС «А»);
- 82-89 % – «добре» (за шкалою ЄКТС «В»);
- 74-81 % – «добре» (за шкалою ЄКТС «С»);
- 64-73 % – «задовільно» (за шкалою ЄКТС «D»);
- 60-73 % – «задовільно» (за шкалою ЄКТС «E»);
- до 59 % – «незадовільно» (за шкалою ЄКТС «F»).

2. Оцінка за комплексну кваліфікаційну задачу

«Відмінно» (за шкалою ЄКТС «А») – завдання виконано повністю, відповідь обґрунтовано, висновки та пропозиції аргументовано і оформлено належним чином, дав читки відповіді на поставлені запитання екзаменаційною комісією;

«Добре» (за шкалою ЄКТС «В») – завдання виконано повністю, але припущено незначні неточності у розрахунках або оформленні, дав відповіді на поставлені запитання, але неповністю розкрив тему;

«Добре» (за шкалою ЄКТС «С») – за умови належного оформлення завдання, яке виконане не менше як на 80%, відповіді на поставлені запитання мають помилкове судження, але здобувач володіє понятійним апаратом і доводить свою точку зору;

«Задовільно» (за шкалою ЄКТС «D») – завдання виконано не менш як на 70% за умови належного оформлення; або не менш як на 80% за умови припущення незначних помилок у розрахунках або оформленні, відповіді на поставлені запитання неточні, здобувач освіти не володіє понятійним апаратом для формулювання відповіді;

«Задовільно» (за шкалою ЄКТС «E») – завдання виконано не менш як на 60% за умови належного оформлення та припущення незначних помилок у розрахунках або оформленні, здобувач вищої освіти не зміг відповісти на поставлені запитання.

«Незадовільно» (за шкалою ЄКТС «F») - завдання виконано менше як на 60% припущенні помилки у розрахунках та оформленні здобувач вищої освіти не зміг відповісти на поставлені запитання.

3. Підсумкова оцінка

Підсумкова оцінка єдиного державного кваліфікаційного іспиту складається з усередненої оцінки за кожний з етапів (40% за тестове випробування і 60% за розв'язання комплексної кваліфікаційної задачі).

III. ЄДИНИЙ ДЕРЖАВНИЙ КВАЛІФІКАЦІЙНИЙ ІСПИТ

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «ПІДПРИЄМНИЦТВО»

Предметом вивчення навчальної дисципліни є процеси та методи організації та ведення підприємницької діяльності як важливої частки господарської діяльності в Україні.

Мета: навчальної дисципліни «Підприємництво» є - надати майбутнім фахівцям знання про методологію підприємництва, розробку і реалізацію підприємництва, способи та засоби реалізації підприємницьких проектів і механізм управління ними, критерії оцінки ефективності підприємництва.

Завдання: навчальної дисципліни «Підприємництво» є формування розуміння концепцій, методології, підходів і видів підприємництва; ознайомлення з основами підприємництва: розгляд сучасних теорій і практик підприємництва.

В ході вивчення даної дисципліни розглядаються наступні теми:

Тема 1. Теоретичні основи підприємництва

Тема 2. Державна політика та регулювання підприємницької діяльності

Тема 3. Галузі та види господарчої і підприємницької діяльності

Тема 4. Підприємницьке середовище

Тема 5. Види підприємств

Тема 6. Економічні та правові засади підприємництва

Тема 7. Організація підприємництва

Тема 8. Менеджмент в підприємстві

Тема 9. Психологія та етика підприємництва

Тема 10. Форми взаємодії та співробітництва у підприємстві

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Гай І.В. Підприємництво: [навч. посіб.] / Гай І.В., Смелянська Т.П. – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 368 с.
2. Губені Ю. Е. Підприємництво: [навч. посіб.] / Губені Ю. Е. – Львів : НВФ «Українські технології», 2012. - 572 с.
3. Губені Ю. Підприємництво і агробізнес: [навч. посіб.] / Губені Ю., Андріїв В., Лавринюк Н. – Львів : НВФ «Українські технології», 2012. – 388 с.
4. Ільчук М.М. Підприємницька діяльність та агробізнес: [підручник]. / Ільчук М.М. – К. : Вища школа, 2006. – 543 с.
5. Клиффорд Ф. Грей Управление проектами: практическое руководство / Ф. Грей Клиффорд, У. Ларсое Эрик ; пер. с англ. – М.: Дело и сервис, 2003. – 528 с.
6. Кобиляцький Л. С. Управління проектами: [навч. посібник.] / Л. С. Кобиляцький. – К. : МАУП, 2002. – 200 с.
7. Кучеренко В.Р. Основи бізнесу. практичний курс / Кучеренко В.Р. Добрава Н.В., Квач Я.П. та ін. – К. : «Центр учбової літератури», 2010. – 176 с.

8. Мазур И. И. Управление проектами / Мазур И. И., Шапиро В. Д., Ольдерогге О. Г. – М. : Экономика, 2001. – 576 с.
9. Сахарцева І. І. Ризики економічної діагностики підприємства : [навч. посіб.] / І. І. Сахарцева, О. В. Шляга ; за ред І. І. Сахарцевої. – К. : Кондор, 2007. – 285 с.
10. Тягунова Н.М., Юрко І.В. Основи підприємництва. [навч. посібник.] / Н.М. Тягунова, І.В. Юрко. – К.: НМЦ «Укоопосвіта», 2002. 162 с.
11. Юрко І.В. Торгівельне підприємництво – : [навч. посіб.] / – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 232 с.

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ»

Предметом дисципліни є закономірності формування і функціонування біржової торгівлі.

Мета: формування у майбутніх підприємців сучасної системи поглядів та спеціальних знань з основ організації біржової діяльності, набуття практичних навичок із здійснення біржових операцій та вміння їх ефективно застосовувати на практиці.

Завдання: розгляд теоретичних та практичних питань, що стосується бірж та біржової діяльності в Україні, ознайомлення з узагальненим досвідом роботи зарубіжних і вітчизняних бірж, опанування технології здійснення біржових операцій на різних видах бірж.

В ході вивчення даної дисципліни розглядаються наступні теми:

Тема 1. Біржовий ринок: виникнення, сучасний стан і тенденції розвитку

Тема 2. Товарна біржа як елемент інфраструктури ринку

Тема 3. Організація і технологія біржової торгівлі

Тема 4. Види біржових угод

Тема 5. Фондова біржа

Тема 6. Валютна біржа

Тема 7. Посередництво на біржовому ринку

Тема 8. Формування та котирування цін

Тема 9. Хеджування і біржова спекуляція

Тема 10. Кліринг та розрахунки на біржовому ринку

Тема 11. Основи ф'ючерсної торгівлі

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Апопій В. Інтернет - торгівля: проблеми і перспективи розвитку в Україні / В. О. Апопій // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 25-32.

2. Беренштейн Б. Біржовий ринок у контексті глобалізаційних явищ міжнародної економіки / Б. Л. Беренштейн, О. М. Третяк // Науковий вісник національного університету біоресурсів і природокористування України –2010. – № 145 – С. 396-405.

3. Беренштейн Б. Л. Напрями активізації біржового ринку / Б.Л. Беренштейн, О.П. Комарніцька // Економіка України. – 2005. – № 8. – С. 112-116.

4. Беренштейн Б. Перспективи розвитку українського біржового аграрного ринку / Б. Л. Беренштейн, О. М. Третяк // Економіка АПК. – 2010. – №1 – С. 50-56.

5. Біржове право [Електронний ресурс]: навч. посіб. – Режим доступу: <http://readbookz.com/book/169/5221.html>.

6. Бралатан В. П. Розвиток біржового ринку в Україні / В.П. Бралатан // Економіка України . – 2006. – №2. – С.126-129.

7. Господарський кодекс України : за станом на 16.01.2003 № 436-IV [Електронний ресурс] // Інформаційний портал Верховної Ради України. – Режим доступу до документа: www.rada.gov.ua.

8. Дем'яненко С. Аграрні ринки: засади аналізу та моделювання / С. Дем'яненко // Економіка АПК. – 2008. – № 8. – С. 81-89.

9. Дем'яненко С. Ліквідність ціни зернових – передумова для формування аграрного ф'ючерсного ринку в Україні / С. Дем'яненко, Г. Немченко // Економіка України. – 2005. – №6. – С. 66-72.
10. Дмитрук Б.П. Організація біржової діяльності в агропромисловому комплексі: [начальний посібник]. / Б.П. Дмитрук – К.: «Либідь», 2001. – 342с.
11. Дудяк Р.П., Бугіль С. Я. Організація біржової діяльності: основи теорії і практикум: [начальний посібник]. / Р.П. Дудяк, С.Я. Бугіль – Львів: Новий світ, 2003. – 360с.
12. Закон України «Про товарну біржу» із змінами та доповненнями, внесеними Законом України від 26 січня 1993 р. [Електронний ресурс] // Інформаційний портал Верховної Ради України. - Режим доступу до документа: www.rada.gov.ua
13. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» із змінами та доповненнями [Електронний ресурс] // Інформаційний портал Верховної Ради України. - Режим доступу до документа: www.rada.gov.ua
14. Кононенко І.В. Основи біржового права: [начальний посібник]. / І.В. Кононенко . – К.: Кондор, 2006. – 576 с.
15. Крамаренко В.І. Біржова діяльність: [начальний посібник]. / В.І. Крамаренко, Б.І. Холод. – К.: ЦУЛ, 2003. – 264с.
16. Міщук Г. Товарні біржі України: тенденції та проблеми розвитку / Г. Міщук // Економіка України. – 2005. - №4. – С.47-52.
17. Міщук Ю. Г. Державне регулювання розвитку біржового товарного ринку / Ю.Г. Міщук // Економіка України. – 2005. - №1. – С.87-92.
18. Обритько Б.А. Менеджмент посередницької та біржової діяльності: [начальний посібник]. / Б.А. Обритько. – К.: МАУП, 2003. – 185 с.
19. Пепа Т.В. Біржова діяльність : [навчальний посібник]. / Т.В. Пепа, Т.І. Пішеніна, В.В. Лавринович - К.: Університет «Україна», 2008. – 540 с.
20. Пілецька С. Т., Свірідова Т. В. та ін. Основи клірингу: [начальний посібник]. / С.Т. Пілецька, Т.В. Свірідова. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 104 с.
21. Рябовол Л. Т. Біржове право: товарна біржа як особливий суб'єкт господарювання: [навчальний посібник] / Рябовол Л. Т.- Кіровоград: РВВ КДПУ імені В. Винниченка, 2011. – 52 с.
22. Савченко В.Д. Практ. посіб. з організації біржової діяльності:[практ. посібник] / Савченко В.Д., Білоусько Т.Ю. - Х.: ХДАУ, 2011. – 129 с.
23. Солодкий М. О. Біржовий ринок : [навчальний посібник]. / М.О. Солодкий – К.: Аграрна освіта, 2010. – 565 с.
24. Сохацька О.М. Біржова справа : [підручник]. / О.М. Сохацька – Тернопіль: Карт-бланш, 2003. – 602с.
25. Типові правила біржової торгівлі продукцією. Наказ Мінсільгоспроду, Мінекономіки, Мінфіну [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http:// www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
26. Типові правила біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією : Наказ Мінсільгоспроду, Мінекономіки, Мінфіну [Електронний ресурс]. – режим доступу: [http:// www.zakon.rada.gov.ua](http://www.zakon.rada.gov.ua)
27. Чалдаева Л.А. Фондовая биржа: [учеб. пособие] / Чалдаева Л.А. - М.: Зкзамен, 2012. - 318с.
28. Элдер А. Биржевая деятельность [Електронний ресурс] / А. Элдер. – Режим доступу: <http://kf-forex.com/ua/250/723.html>

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «МАРКЕТИНГ»

Предмет: вивчення процесів й методів вивчення та задоволення потреб споживачів як пріоритетних суб'єктів ринку.

Мета: формування у майбутніх підприємців сучасної системи поглядів та спеціальних знань у галузі маркетингу, набуття практичних навичок щодо просування товарів на ринок з урахуванням задоволення потреб споживачів та забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Завдання: вивчення теоретичних та методологічних основ маркетингу, системного підходу до маркетингу підприємства, вивчення впливу макро- та мікросередовища маркетингу, організації та здійснення маркетингових досліджень, сегментування ринку та вибору цільових сегментів, розроблення комплексу маркетингових заходів з товарної, цінової, комунікаційної політик; стратегічного планування, впровадження та контролю програм маркетингу.

В ході вивчення даної дисципліни розглядаються наступні теми:

- Тема 1. Сутність маркетингу та його сучасна концепція
- Тема 2. Класифікація маркетингу
- Тема 3. Характеристики маркетингу
- Тема 4. Маркетингові дослідження
- Тема 5. Маркетингова товарна політика
- Тема 6. Маркетингова цінова політика
- Тема 7. Маркетингова політика продажу
- Тема 8. Маркетингова політика просування
- Тема 9. Організація маркетингу
- Тема 10. Контроль маркетингу
- Тема 11. План маркетингу підприємства

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс / Г. Армстронг, Ф. Котлер, [5-те вид.] ; [пер. з англ.] ; [учеб. пособ.]. – М. : Видавничий дім «Вільямс», 2001. – 608 с.
2. Багиев Г.Л. Маркетинг. Учебник для вузов / Г.Л. Багиев, В.М. Тарасович, Х. Анн. – М.: ЗАО «Изд. «Економика», 2001. – 718 с.
3. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посібник. – К.: "Професіонал", 2006. – 448 с.
4. Белявцев М. И. Маркетинг. [Електронний ресурс] / М. И. Бельцев, Л. М. Иваненко. – Донецьк, 2003. – 340 с. – Режим доступу до методичних матеріалів ; http://ef.donnu.edu.ua/emk/Data/Marketing/Up/Market_1.pdf. – Назва з титул. екрана.
5. Близнюк С.В. Маркетинг в Україні: проблеми становлення та розвитку. – К.: ІВЦ «Вид. «Політехніка»», 2003. – 384 с.
6. Бутенко Н.В. Маркетинг: Підручник / Н.В. Бутенко – КИЇВ: Атіка», 2006. – 300 с.
7. Гаркавенко С.С. Маркетинг. / С.С. Гаркавенко – К.: ЛИБРА, 2002. – 704 с.
8. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга: Учеб. Пособие. – М.: Изд. дом. «Вильямс», 2000. – 688 с.

9. Дубинський І. Розвиток Інтернету в Україні відкриває нові можливості для маркетингових досліджень / І. Дубинський // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 3. – С. 11–13.
10. Завялова П.С. маркетинг в схемах, рисунках, таблицях: Учебн. пособие. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 496 с.
11. Зінченко С. Шлях логістики / С. Зінченко // Агро Перспектива. –2011. – № 2. – С. 28–30.
12. Кендюхов О.В. Філософія маркетингу і суспільство споживання : початок нової цивілізації – початок кінця / О.В. Кендюхов. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vsve.ho.ua/index.php?name=filosof> – Назва з титул. екрана.
13. Ковальчук С. В. Маркетинг: [навчальний посібник] / [С. В. Ковальчук, В. Л. Карпенко, Л. М. Коваль та ін.]; за ред. канд. екон. наук Ковальчук С.В. – Львів : Новий Світ – 2000, 2010. – 679 с.
14. Комплекс маркетинга. [Електронний ресурс] // Свободная энциклопедия маркетинга. – 2010. – 27 января. – Режим доступу до сайту : <http://www.marketopedia.ru/6-kompleks-marketinga.html>. – Назва з титул. екрана.
15. Косенков С.И. Маркетинг в схемах: Учебно-методическое пособие. – Харьков: ИД «ИНЖЭК», 2003. – 168 с.
16. Котлер Ф. Маркетинговый менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлар, А.Ф. Павленко та ін. – К. : Хімджест. – 2008. – 288 с.
17. Крамаренко В. І. Маркетинг /В.І. Крамаренко – Київ: ЦУЛ, 2003. – 258 с.
18. Кулибанова В.В. Прикладной маркетинг. СПб.: Изд.дом «Нева», М.: «ОЛМА-Пресс Инвест», 2002. – 272 с.
19. Маркетинг : [підруч.] / [А.О. Старостіна, Н.П. Гончарова, Є.В. Крикавський та ін.]; за ред. А.О. Старостіної. – К. : Знання, 2009. – 1070 с.
20. Маркетинг. Учеб. / Под. ред.. Н П. Ващекина. – 2-е узд. Перераб. и доп. – М.: ИД «ФБК – ПРЕСС», 2003. – 312 с.
21. Маркетинг: [підруч.] / В. Руделіус, О.М. Азарян, Н.О. Бабенко та ін.; Ред.-упор. О.І. Сидоренко, Л.С. Маркова. – 4-те вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2009. – 648 с.
22. Маркетинг: дистанційний курс Тараса Григорчука <https://site/marketingdistance>
23. Маркетинговий аналіз : [навч. посіб.] / В.В. Липчук [таін.] ; ред. В.В. Липчук. – К. : Академвидав, 2008. – 216 с.
24. Павленко А.Ф. Маркетинг. Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / А.Ф. Павленко, А.В. Войчак. – К.: КНЕУ, 2000 – 100 с.
25. Пилипчук В. Сучасні бізнес-тенденції та розвиток маркетингу вітчизняних компаній. [Електронний ресурс] / В. Пилипчук, О. Данніков // Маркетинг в Україні. – 2008. – № 2. – Режим доступу до журналу : <http://uam.in.ua/upload/iblock/8dd/8ddb2b9b38bb9d7130c31b56af0173fa.pdf>. – Назва з титул. екрана.
26. Рабштина В. М., Писаренко В. В., Махмудов Х. З. Основи маркетингу в галузі АПК. / В.М. Рабштина, В.В. Писаренко, Х.З. Махмудов. – Дніпропетровськ: Зоря, 2002. – 230 с.
27. Суворова С.Г. Сучасний інструментарій маркетингових досліджень: стан та перспективи розвитку // Науковий вісник ЧДІЕУ. – № 1(9). – 2011. – С. 139–148.

28. Траут Дж. Маркетинговые войны / Джек Траут, Эл Райс. Пер. А.С. Жильцов. – СПб : Питер, 2004 – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://sottovoce.narod.ru /Lib/MarkWar.htm>
29. Черенков В. И. Эволюция маркетинговой теории и трансформация доминирующей парадигмы маркетинга. [Электронный ресурс] / В. И. Череников // Вестник Санкт-Петербургского университета. – 2004. – № 2 (16). – Режим доступа до журналу : http://orekhovasv.ru/Is_PDF/A/A9.pdf. – Назва з титул. екрана.
30. Янишин Я. С. Маркетинг як система управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства (на прикладі ЗАТ «Галичина») / Я.С. Янишин, Ю.П. Кошуба // Агросвіт. – липень 2011. – № 13 – 14. – С. 36–39.

НАВЧАЛЬНА ДИСЦИПЛІНА «СТРАТЕГІЯ ПІДПРИЄМСТВА»

Предмет: виявлення конкретних форм прояву економічних законів і закономірностей функціонування та розвитку суспільного виробництва, їх використання у процесі опрацювання моделі стратегічної поведінки суб'єктів господарювання на ринку.

Мета: широке опанування загальних питань стратегії підприємства, стратегічного аналізу і цілевизначення, обґрунтування вибору моделі стратегії, характеристика комплексної і функціональної стратегії підприємства, методи реалізації стратегії та контролю за їх виконанням.

Завдання: формування у студентів уявлення про загальнотеоретичні основи стратегічного управління; з'ясування сутності поняття «стратегія підприємства»; опанування теоретико-методичних основ стратегічного планування; характеристика місця стратегічного планування у системі управління підприємством; ознайомлення із сучасним станом та напрямками розвитку методики опрацювання стратегії підприємства; озброєння студентів певними практичними навичками для самостійного здійснення необхідних робіт на усіх етапах дослідження, опрацювання та реалізації стратегії підприємства.

В ході вивчення дисципліни розглядаються такі теми:

1. Стратегія підприємства: поняття, еволюція, концепції
2. Визначення місії та цілей підприємства
3. Стратегічний контекст підприємства
4. Оцінювання зовнішнього середовища
5. Аналіз стратегічного потенціалу підприємства
6. Стратегії бізнесу
7. Стратегія диверсифікації діяльності підприємства
8. Стратегія зовнішнього розвитку підприємства
9. Корпоративна стратегія підприємства
10. Матричні методи формування корпоративної стратегії підприємства
11. Альтернативність у стратегічному виборі
12. Декомпонування корпоративної стратегії підприємства
13. Загальна характеристика функціональної стратегії
14. Стратегічні аспекти у функціональних сферах діяльності підприємства
15. Сучасний стан та перспективи розвитку стратегічного управління в Україні

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ:

1. Афанасьєв М.В. Стратегія підприємства: Навч.-метод. посібник / М.В. Афанасьєв, Г.О. Селезньова / Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 272 с.
2. Березін О.В. Стратегія підприємства: навчальний посібник / О.В. Березін, М.Г. Безпарточний. – К.: Ліра-К, 2010. – 224 с.
3. Виханский О.С. Стратегическое управление. / О.С. Виханский. – М.: Издательство МГУ, 1995. – 483 с.
4. Гордієнко П.Л. Стратегічний аналіз: Навчальний посібник / П.Л. Гордієнко. – К.: Алерта, 2006. – 404 с.
5. Іванов Ю.Б. Стратегія підприємства: підручн. для студ. ВНЗ / Ю.Б. Іванов

- та ін.; Харківський національний економічний ун-т. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2009. – 560 с.
6. Ігнат'єва І.А. Стратегічний менеджмент: теорія, методологія, практика / І.А. Ігнат'єва ; Київський національний ун-т технологій та дизайну. – К. : Знання України, 2005. – 250 с.
 7. Клівець П.Г. Стратегія підприємства: Навч. посіб. / П.Г. Клівець. – К.: Академвидав, 2007. – 320 с.
 8. Мартиненко М.М. Стратегічний менеджмент : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / М. М. Мартиненко, І. А. Ігнат'єва. – К. : Каравела, 2006. – 320 с.
 9. Минчинська І.В. Стратегія підприємства: курс лекцій / І.В. Минчинська; Державна податкова адміністрація України, Національна академія держ. податкової служби України. – Ірпінь : 2006. – 314 с.
 10. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навчальний посібник / А.П. Міщенко. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.
 11. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємства : короткий курс лекцій / В. Ф. Оберемчук ; Міжрегіональна академія управління персоналом. – К. : МАУП, 2000. – 127 с.
 12. Портер М.Е. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов / М. Портер / Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 454 с.
 13. Савченко В.Д. Стратегія підприємства: навч.посіб. / В.Д. Савченко та ін. ; Харківський національний аграрний ун-т ім. В.В.Докучаєва. – Х., 2004. – 206 с.
 14. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства: Підручник. / М.Г. Саєнко. – Тернопіль: «Економічна думка». – 2006. – 390 с.
 15. Самойлик Ю.В. Стратегія підприємства: [методичні рекомендації для проведення практичних занять з дисципліни] / О.В. Березін, Ю.В. Самойлик. – Полтава: РВВ ПДАА, 2010. – 112 с.
 16. Самойлик Ю.В. Стратегія підприємства: [методичні рекомендації для самостійного вивчення дисципліни та виконання контрольної роботи] / О.В. Березін, Ю.В. Самойлик. – Полтава: РВВ ПДАА, 2010. – 60 с.
 17. Самойлик Ю.В. Стратегія підприємства: [методичні рекомендації щодо виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань] / О.В. Березін, Ю.В. Самойлик. – Полтава: РВВ ПДАА, 2010. – 40 с.
 18. Самойлик Ю.В. Стратегія підприємства: [методичні рекомендації для проведення практичних занять з дисципліни] / Ю.В. Самойлик. – Полтава: РВВ ПДАА, 2012. – 317 с.
 19. Скібіцький О.М. Стратегічний менеджмент: Навчальний посібник / О.М. Скібіцький. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 312 с.
 20. Сладкевич В.П. Стратегічний менеджмент організацій : підруч. для студ. вищ. навч. закл. / В. П. Сладкевич; Міжрегіональна академія управління персоналом. – К. : Персонал, 2008. – 495 с.

ІV. ПРИКЛАД ОФОРМЛЕННЯ СИТУАЦІЙНОГО ЗАВДАННЯ

СИТУАЦІЙНЕ ЗАВДАННЯ №1

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ Полтавська державна аграрна академія

Ступінь вищої освіти	бакалавр
Галузь знань	07 «Управління та адміністрування»
Спеціальність	076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Екзаменаційний білет № 1

1. Теоретична частина. Використовуючи комп'ютерну програму виконати тести з навчальних дисциплін: «Підприємництво», «Стратегія підприємства», «Біржова діяльність», «Маркетинг».

2. Практична частина. На підставі наведених нижче даних виконати розрахунки та обґрунтувати висновки.

Вихідні дані

Приватне підприємство «Valery» спеціалізується на пошитті курток та пальт з високоякісних італійських тканин та фурнітури, які закуповує у ТОВ «Оksamит».

Постійні витрати складають 500 тис.грн. На підприємстві існують обмеження за ресурсами, необхідними для виробництва даних видів продукції: витрати тканини обмежуються 2500 м.

На початку літа власниця приватного підприємства «Valery» розмістила фотографії своєї продукції у соціальних мережах. Несподівано для неї самої від знайомих та незнайомих людей почали надходити пропозиції про можливу співпрацю, листи з питаннями щодо того, де можна через Інтернет подивитися повні каталоги пальт та курток та замовлення їх через мережу.

Саме у такий спосіб відбулося знайомство власниці підприємства з майбутніми постачальниками – ТОВ «Оksamит». За договором №71 від 13 липня 2016 року ТОВ «Оksamит» повинно було поставити до ПП «Valery» до 13 вересня 2016 року гудзики та блискавки на суму 10375 грн, але поставка відбулася лише 25 жовтня 2016 року. Директор ТОВ «Оksamит» пояснив таку ситуацію виною митних органів, які більш ніж на місяць затримали товар на кордоні.

Інформаційне забезпечення

Таблиця 1

Вихідні дані для аналізу

Показники	Пальто	Куртки
Змінні витрати на одиницю продукції, грн.	1600	1300
Ціна, грн	2500	2000
Витрати матеріалу на одиницю, м	3	2
Маржинальний дохід на одиницю продукції, грн.	900	700
Маржинальний дохід на 1м. тканини, грн.	300	350
Попит, од.	500	800
Необхідні витрати матеріалу, м.	1500	1600

Таблиця 2

Переваги та недоліки договору лізингу

Переваги	Недоліки
...	...

Завдання:

1. Обґрунтувати можливі обсяги виробництва пальто та курток з урахуванням попиту та при умові обмеженості матеріальних ресурсів.

2. Який варіант виробництва продукції буде найбільш вигідним для підприємства? Подайте розрахунки у табличній формі.

3. Розрахувати показники діяльності підприємства за видами продукції та в цілому: змінні витрати, коефіцієнти маржинального доходу, критичну програму виробництва, коефіцієнт безпеки виробництва.

4. Розкрити перспективи, переваги та недоліки електронної комерції у діяльності ПП «Valery».

5. Пояснити значення досудового врегулювання спорів у господарському праві. Складіть претензійний лист до ТОВ «Оксамит».

Еталонне рішення

1. Для обґрунтування можливих обсягів виробництва пальто та курток з урахуванням попиту та при умові обмеженості матеріальних ресурсів, заповнимо таблицю 1.

Таблиця 1

Проміжні розрахунки

Виріб	Попит, шт	Необхідна кількість тканини, м.	Наявна кількість тканини, м.	Обсяг випуску, шт.	Маржинальний дохід на 1 виріб, грн.	Всього маржинальний дохід, тис.грн.
Куртки	800	1600	1600	800	700	560
Пальто	500	1500	900	300	900	270
Всього	-	3100	2500	-	-	830
Постійні витрати	×	×	×	×	×	500
Прибуток	×	×	×	×	×	330

Обмежуючим фактором є матеріальні ресурси. Не дивлячись на те, що пальта мають більш високий маржинальний дохід на 1 виріб ніж куртки, із матеріалів, який потрібен для пошиття 2-х пальт, можна пошити 3-и куртки. Оскільки виробництво курток забезпечує більший маржинальний дохід на 1 м. тканини, їх має бути випущено стільки, скільки вимагає попит, а решта тканини буде використано на випуск пальт. Прибуток при цьому дорівнює 330 тис.грн.

2. Варіант, при якому спочатку виготовляється максимально можлива кількість пальт не буде більш доходним. Можна пошити 500 пальт із 1500 м. тканини, а з решти 1000 м. – 500 курток. Маржинальний дохід і прибуток при цьому становитиме:

$$Мд = (700 \times 500) + (900 \times 500) = 800 \text{ тис.грн.}$$

$$П = 800 - 500 = 300 \text{ тис.грн.}$$

Таким чином виробництво курток – це більш вигідний шлях використання дефіцитного ресурсу, в даному випадку – високоякісної італійської тканини.

3. Розрахунок змінних витрат на весь обсяг виробництва:

$$\text{Для пальт: } С_{зм} = 1600 \times 300 = 480 \text{ тис.грн}$$

$$\text{Для курток: } С_{зм} = 1300 \times 800 = 1040 \text{ тис.грн}$$

$$\text{Разом по підприємству: } С_{зм} = 480 + 1040 = 1520 \text{ тис. грн}$$

Виручка від реалізації:

$$\text{Для пальт: } \text{Вир} = 2500 \times 300 = 750 \text{ тис.грн}$$

$$\text{Для курток: } \text{Вир} = 2000 \times 800 = 1600 \text{ тис.грн}$$

$$\text{Разом по підприємству: } \text{Вир} = 750 + 1600 = 2350 \text{ тис. грн}$$

Коефіцієнти маржинального доходу:

$$\text{Для пальто: } k_m = \frac{\text{Вир} - С_{зм}}{\text{Вир}} = \frac{750 - 480}{750} = 0,36$$

$$\text{Для курток: } k_m = \frac{\text{Вир} - С_{зм}}{\text{Вир}} = \frac{1600 - 1040}{1600} = 0,35$$

$$\text{Разом по підприємству: } k_m = \frac{\text{Вир} - С_{зм}}{\text{Вир}} = \frac{2350 - 1520}{2350} = 0,35$$

Критична програма виробництва

$$\text{Разом по підприємству: } V_{кр} = \frac{С_{пв}}{k_m} = \frac{500}{0,35} = 1428,6 \text{ тис.грн.};$$

Коефіцієнт безпеки виробництва

$$\text{Разом по підприємству: } k_o = \frac{N - N_{кр}}{N} = \frac{2350 - 1428,6}{2350} = 0,39.$$

Коефіцієнт безпеки свідчить про те, що зменшення фактичного обсягу виробництва на 39 % зрівняє його з критичною величиною і в цьому разі підприємство не матиме прибутку. Подальше зменшення обсягу виробництва і реалізації призведе до прямих збитків.

4. Електронна комерція включає продаж чи покупку товарів та послуг через комп'ютерну мережу підприємцями, фізичними особами, державою чи іншими організаціями. Електронна комерція – це традиційна комерція, але більш гнучкіша та швидкіша завдяки електронному спілкуванню. Це полегшує вдосконалення операцій та сприяє зниженню витрат, а також підвищує конкурентоздатність та ефективність шляхом перетворення традиційних методів ведення бізнесу.

Електронна комерція забезпечує значні вигоди для бізнесу шляхом підвищення ефективності та збільшення доходу. Стають можливими нові шляхи виходу на ринок у майбутньому. Електронна комерція дає доступ до більш якісної інформації, що, в свою чергу, дозволяє приймати більш зважені рішення. Важливим є те, що електронна комерція стає для підприємства конкурентною перевагою. Вона допомагає укріпити позицію на ринку та відкриває нові можливості з потенційним збільшенням прибутку. Переваги виходу підприємства на ринок електронної комерції можна поділити на кілька груп.

1) Переваги у зниженні витрат:

- Зниження транспортних витрат: використання мобільних телефонів, електронної пошти та інших інформаційних технологій замінює відрядження;

- Зменшення витрат на матеріали: більша кількість інформації означає кращий вибір постачальників та конкурентних цін;

- Зниження витрат на маркетинг та дистрибуцію: наприклад, публікація каталогів он-лайн дозволить доступ до них необмеженій кількості споживачів та дасть змогу регулярного оновлення;

- Зниження витрат на продаж: Інтернет забезпечує безпрецедентні можливості для бізнесу знизити витрати на локальну торгівлю і, більш того, на закордонну.

- Більш ефективне управління процесом поставки: можна уникнути потреби в посередниках, що призведе до зменшення транзакцій цих витрат (включаючи процеси управління та продажу), зниження накладних витрат та витрат на інвентаризацію та оплату праці.

- Удосконалення внутрішніх функцій: зменшення кількості зустрічей, вдосконалення процесу обміну критичними знаннями, усунення бюрократії.

2) Ринкові переваги:

- Охоплення більшої території: мережа дозволяє досягти клієнтів, які знаходяться на великій відстані;

- Більша впізнаваність бренду: поява нових можливостей для просування товарів та послуг;

- Підвищення якості обслуговування клієнтів: забезпечення більш гнучкого процесу прийняття замовлення, післяпродажне обслуговування, що, в свою чергу, може призвести до підвищення лояльності клієнтів;

- Зростання обізнаності на ринку: можливість бути більш обізнаним про конкуренцію та зміни на ринку, що може призвести до оновлення продукції чи послуг та вдосконалення якості.

3) Інші конкурентні переваги:

- Зростання ефективності: електронна комерція не лише знижує витрати, а також підвищує швидкість транзакцій, тобто продажу та покупки;

- Безперервна торгівля: продавці та споживачі за бажанням мають цілодобовий доступ до сервісу – особливо це є важливим, якщо торгівля відбувається між різними часовими зонами.

- Спеціалізація: електронна комерція допомагає зосередитися на діяльності, що робить легшим процес встановлення зв'язків з іншими підприємствами.

Багато з цих переваг можна отримати, здійснивши відносно невеликі інвестиції в нові технології та системи.

Окрім великих потенційних переваг, з електронною комерцією пов'язано і декілька недоліків. Це фінансові витрати, альтернативні витрати та небезпека невдачі. Розглянемо їх більш детально.

- Електронна комерція може призвести до надмірних витрат так само, як і до зменшення витрат. Вартість старт-апу (початкові витрати на техніку та технології та ін.) може бути високою, а також можуть з'явитися додаткові витрати.

- Діяльність на ринку електронної комерції повинна відбуватися паралельно з існуючим бізнесом. Наприклад, потрібно продовжувати виробляти паперові матеріали (брошури, канцелярське приладдя, листівки і т.д.) разом з електронними аналогами. Це дублюватиме деякі види діяльності та збільшуватиме витрати.

- Електронна комерція може відвернути увагу від важливих видів діяльності поза мережею. Важливо пам'ятати, що он-лайн та оф-лайн діяльності повинні йти паралельно, а не на шкоду один одному.

- Підприємство, що діє на ринку електронної комерції, може потерпіти невдачу так само, як і будь-яке інше підприємство. Тому варто наголосити на тому, що не слід витрачати всі ресурси лише на розвиток електронної комерції.

Однак, цілковита відмова від електронної комерції також загрожує певними ризиками. Технології та інновації можуть принести позитивні зміни в економічну діяльність – такі, що можуть вдосконалити бізнес у майбутньому. Ризики неефективного застосування технологій можуть впливати протягом кількох років. Наприклад:

– Відсутність або наявність поганого веб-сайту зменшує шанси підприємства у порівнянні з конкурентами.

– Невідповідні або неадекватні технології можуть призвести до втрати підприємством системи зв'язку, яка є необхідною для ефективного існування.

– Все частіше підприємствам, які не мають баз даних клієнтів та продажів, важко проводити регулярний та ефективний прямий маркетинг, який проводять конкуренти та очікують клієнти.

5. Під претензією слід розуміти правовий засіб забезпечення сторонами договору захисту своїх прав і законних інтересів.

Досудове врегулювання господарських спорів полягає в тому, що сторони самостійно застосовують заходи, спрямовані на вирішення існуючого

між ними спору до моменту вступу в правовідносини з судом, шляхом подання претензії контрагенту, який порушив умови договору.

Варто зазначити, що в ч. 3 ст. 5 ГПК України зазначається вичерпний перелік спорів, на які не поширюється порядок досудового врегулювання і в цих випадках сторони не можуть обумовити в договорі можливість його застосування. До цього переліку входять: спори про визнання договорів недійсними; спори про визнання недійсними актів державних та інших органів підприємств та організацій, які не відповідають законодавству і порушують права та охоронювані законом інтереси підприємств та організацій; спори про стягнення заборгованості за опротестованими векселями; спори про стягнення штрафів Національним банком України з банків та інших фінансово-кредитних установ; спори про звернення стягнення на заставлене майно.

Ст. 222 ГК України «Досудовий порядок реалізації господарсько-правової відповідальності» також закріплює даний порядок, як право суб'єктів господарювання на власний розсуд вирішувати конфліктні ситуації, шляхом подання претензії.

Переваги претензійного порядку очевидні. Якщо господарський суд прийме до провадження вашу справу, розгляне і вирішить її не менш, як за 2–3 місяці (не менше), то задоволення претензії займе приблизно один або два місяці залежно від складності перевірки обґрунтованості вимог. Ще однією перевагою досудового врегулювання господарського спору можна вважати те, що застосування сторонами претензійного порядку дозволяє їм зекономити на судовому зборі. Якщо подання до Господарського суду позовної заяви майнового характеру забирає 2 % ціни позову та не менше 1,5 розміру мінімальної заробітної плати, а також оплату вартості представника, то претензія вимагає лише витрат на відправлення її контрагенту (порушнику).

У зв'язку з цим існування порядку досудового врегулювання господарських спорів є необхідним, оскільки, він забезпечує реалізацію інтересів суб'єктів господарювання, які бажають пришвидшити вирішення спору між контрагентом та забезпечити збереження власних коштів.

Штамп підприємства
25.10.2016 р. № 01-03-85

Директору ТОВ «Оksamит»
Горбенку О. І.
36003, м. Полтава, вул. Балакіна, 7

ПРЕТЕНЗІЯ

Відповідно до укладеного договору № 71 від 13 липня 2016 р., ТОВ «Оksamит» зобов'язане було поставити нам до 13 вересня 2016 року гудзики та блискавки на суму 10375 грн.

Поставка зазначених товарів відбулася 25 жовтня 2016 року.

На підставі викладеного і керуючись статтями 611, 622, 712 ЦК України та пунктами 6.3, 6.5 договору № 71 від 13 липня 2016 р.,

ПРОШУ:

Перерахувати на наш розрахунковий Рахунок № 101010 в ПАТ «Полтавабанк» м. Полтава, МФО 300330 неустойку в розмірі 10% від суми поставленої із запізненням продукції, що складає 1037,5 грн.

ДОДАТКИ:

1. Копія договору № 71 від 13 липня 2016 р. – 2 прим.
2. Розрахунок неустойки – 2 прим.
3. Реєстр рахунків на поставлену продукцію – 2 прим.

Дата

Підпис

П.І.Б.