

Міністерство освіти та науки України
Національний університет кораблебудування ім. адм. Макарова

ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ ТА ЕКОЛОГІЇ МОРЯ



**«ПРАКТИЧНЕ ВЕДЕННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»**

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ

**для студентів спеціальності
076 «Підприємництво та торгівля»
ОП «Бізнес та приватне підприємництво»**

Миколаїв 2024 р.

УДК 005 (075)
ББК 65.01/ Я73

Корнієнко О.П., Жукова О.Ю. Практичне ведення підприємницької діяльності. Методичні рекомендації щодо розробки та проведення тренінгу. Для студентів спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля» – Миколаїв: НУК. – 2024. – 63с.

Кафедра інтелектуальної цифрової економіки

Викладено зміст та процедуру розробки і проведення тренінгу, як науково-методичної технології, інтегрованої у процес вивчення дисципліни «Економіка підприємства». Містить дидактичні рекомендації, які стануть у нагоді викладачам, студентам, аспірантам, які навчаються на Факультеті економіки та екології моря.

Рецензент: Єфімова Г.В., д-р е.н., доцент

Проект робочої програми навчальної дисципліни тренінг «Педагогічна майстерність» розглянуто на засіданні кафедри інтелектуальної цифрової економіки

Протокол № 1 від « 27 » 08 2024 р.

Зав. кафедри

Оксана КОРНІЄНКО

Проект робочої програми навчальної дисципліни тренінг «Педагогічна майстерність» розглянуто методичною радою факультету економіки та екології моря

Протокол № 2 від « 03 » 09 2024 р.

“ 05 ” 09 2024 року

Голова Вячеслав ІВАТА

Проект робочої програми навчальної дисципліни тренінг «Педагогічна майстерність» погоджено з навчальним відділом

Начальник відділу

Андрій ЛАБАРТКАВА

Робоча програма навчальної дисципліни тренінг «Педагогічна майстерність» затверджено Навчально-методичною радою НУК

Протокол від “ 25 ” 09 2024 року № 4

Голова НМР НУК

Сергій СЛОБОДЯН

©Видавництво НУК, 2024

©Корнієнко О.П., 2024

©Жукова О.Ю., 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
Розділ 1. Сутність, мета та атрибути тренінгу	6
Розділ 2. Компоненти, елементи та фази тренінгу.....	14
Розділ 3. Методи проведення тренінгу.....	17
Розділ 4. Роль викладача (тренера) під час проведення тренінгу.....	28
Розділ 6. Навчальна програма тренінгу	30
ПЕРЕЛІК ЛІТЕРАТУРИ.....	38

ВСТУП

Останніми роками безпосередні замовники освітніх продуктів та роботодавці, представлені зі своїми запитами на вітчизняному та закордонних ринках праці, стають дедалі вимогливішими до вищих навчальних закладів, їхніх підрозділів. Великий інтерес викликає у замовників і до випускників Факультету економіки та екології моря Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова, які спеціалізуються на формуванні компетенцій майбутніх фахівців економічних спеціальностей. З цієї причини набуває особливого значення закладення у підґрунтя навчального процесу принципів двоїстості. Мета очевидна – поєднати засвоєння теоретичних знань й вмінь з накопиченням корисних практичних навичок.

Роль цієї інтеграції ще більше зростає, коли йдеться про магістрів. Справа у тому, що їхня професійна діяльність не обмежується лише виконанням відповідних посадових обов'язків на підприємствах реального сектору. Потенційно кожен з наших випускників – науковець, викладач у вищих навчальних закладах, співробітник державних установ та органів місцевого самоврядування. Для того, щоб їхні нестримні амбіції реалізувалися у недалекому майбутньому, викладачам потрібно вже у академічному сьогоденні застосовувати актуальні дидактичні прийоми. І під час лекцій, і впродовж семінарів, і протягом самостійної роботи та проміжного й підсумкового контролю знань.

Чинне місце серед них посідають тренінги. Фахівці Manpower Services Commission (Велика Британія) у такий спосіб визначають їхню дефініцію: «Тренінг – це запланований заздалегідь процес, мета якого полягає у тому, щоб змінити відношення, знання або поведінку учасників за допомогою навчального досвіду. Він спрямований на розвиток навичок виконання певної діяльності або декількох видів діяльності. Тренінг в робочій ситуації розвиває здібності особистості та задовольняє поточні й прийдешні потреби організації».

Аналіз змісту запропонованого бачення засвідчує, що завдяки тренінгу відкриваються ціла низка захоплюючих перспектив:

залучення магістрантів до обговорення актуальних проблем, ініціації роздумів, зміни або, навпаки, посилення впевненості у міркуваннях, згенерованих з того чи іншого приводу;

освоєння технік утворення команд, урізноманітнення моделей групової та лідерської поведінки, набуття та вдосконалення навичок ділового спілкування;

проведення презентацій з використанням сучасної організаційної техніки та програмного забезпечення.

Ось чому автори висловлюють сподівання, що розроблені ними методичні матеріали стануть у нагоді викладачам і магістрантам у їхній співпраці щодо викладання, з одного боку, та вивчення, з іншого, курсів пов'язаних з підприємницькою діяльністю, не залежно від того на якій кафедрі вони працюють або за якою спеціальністю навчаються. А те, що така співпраця є необхідною, впливає із самої суті тренінгу. Справа у тому, що він не передбачає жорсткого ролевого позиціонування: або «тренер», або «учень». Ментор, який збагачує систематизованими результатами інтелектуальної діяльності та досвідом своїх вихованців (тим паче, коли йдеться про магістрантів Факультету економіки та екології моря), мимоволі вдосконалюється сам. І навпаки, якщо усі, хто залучений до тренінгу, не сконцентровані, не підживлені достатньо креативною енергією, то марно чекати інтенсивних зусиль задля посилення власних компетенцій. Навіть у тому випадку, коли на ззовні обидві сторони демонструватимуть неабияку «зацікавленість».

На завершення цього звернення до читачів дозволимо собі:

по-перше, поінформувати, що методичні рекомендації відповідають змісту навчальної програми магістрів зі спеціальності 076 «Підприємництво та торгівля», освітньої програми «Бізнес та приватне підприємництво»;

по-друге, подякувати рецензенту цієї роботи, доктору економічних наук, завідувачу кафедри економічної політики та безпеки НУК Єфімовій Г.В. за слушні поради та рекомендації, які виявилися корисними.

РОЗДІЛ І

СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА АТРИБУТИ ТРЕНІНГУ

Всі дисципліни навчального плану з підготовки магістрів за спеціальністю «Підприємництво та торгівля», є ґрунтовними, необхідними та як у професійному середовищі прийнято називати професійно-орієнтованими. Від глибини і якості засвоєння положень, які складають їх зміст залежить подальше формування фахових компетенцій – системи умінь і навичок, конче потрібних нашим випускникам, щоб бути по-справжньому успішними.

Оволодіння магістрантами курсів, пов'язаних безпосередньо з підприємницькою діяльністю, як, власне, й іншими дисциплінами навчальної програми, забезпечується застосуванням різноманітних видів навчальних занять: лекцій, лабораторних, практичних, семінарських та індивідуальних занять, консультацій. Під час їх проведення особливого значення набуває використання **інтерактивних методів поживлення навчально-пізнавальної діяльності**. Конспективно оглянемо ті з них, що, як засвідчують дослідження, набули найбільшого поширення:

1. **Дискусії (диспути)** – обмін думками для виявлення різноманітних позицій учасників щодо питань або проблем, винесених на обговорення, для всебічного аналізу кожної з них та для обміну знаннями. Можуть, передбачувано або спонтанно, набувати форму полеміки, дебатів, диспуту. Як би там не було, взаємини між учасниками мають характеризуватися доброзичливістю та відвертістю, а прийнятним результатом вважаються ґрунтовні узагальнення, висновки та рекомендації.

Найважливішими умовами проведення дискусії, як тематично спрямованої суперечки можуть бути такі:

- усі учасники дискусії мають бути готовими до неї;
- можливо практикувати розминку для активізації дискусії;
- кожен учасник дискусії повинен мати чіткі стислі тези свого виступу;
- дискусія мусить бути спрямована на з'ясування істини, а не на словесне змагання її учасників.

2. Мозковий штурм – для формулювання якомога більшої кількості ідей на задану тему. Як правило, його проводять у два етапи. На першому генерують думки. Їхній повний перелік (без ремарок та критичних зауважень) відбивають на дошці або фліпчартерному папір для того, щоб присутні могли бачити пропозиції інших експертів. Це, як виявляється, поживляє процес мислення. На другому етапі відбувається обговорення ідей та їхня оцінка на предмет прийнятності для впровадження, використання.

В практиці викладання відомо декілька методик проведення «мозкового штурму». Їх вибір залежить від характеру проблеми, творчої групи та інших обставин. Найбільш розвинута при викладанні економічних дисциплін фінська методика проведення мозкового штурму. Основними стадіями цього метода є : формування проблеми (тренер), висловлювання ідей (група), вибір ідеї, розвиток ідеї (група).

3. Аналіз ситуацій (кейсів). Їхній зміст запозичують з особистого досвіду тренера, з публікацій у засобах масової інформації, наукових виданнях, із свідчень очевидців тих чи інших подій (явищ) або вигадують. Виявляється, що розумове розкладання цілого на складові частини допомагає:

усвідомлювати практику економічної діяльності підприємств, організацій, а також поведінку менеджерів, підприємців;

формулювати висновки та планувати дії, в наслідок яких відбуваються зміни у майбутньому;

визначати ключові проблемні питання, з якими стикаються головний герой та інші персонажі кейсу, формулювати ідеї щодо їх якнайкращого вирішення.

4. Рольові ігри (інсценізації). Беручи участь у них, магістранти набувають досвіду використання фахових навичок у змодельованій ситуації; аналізують альтернативні способи дій для зміни ситуації на краще; відпрацьовують у ігровому середовищі форми поведінки, що, не виключно, знадобляться в реальному житті; набувають впевненості у своїх силах.

5. Презентації (індивідуальні або колективні). Для того, щоб вони виявилися успішними, важливо:

провести попередні тренування, аби почуватися перед аудиторією впевнено та невимушено;

створити необхідні матеріальні умови (підготувати робоче місце, демонстраційні та роздаткові матеріали, організаційну техніку – мультимедійний проектор, дошку, комп'ютер);

підтримувати постійний зворотний зв'язок з аудиторією, бути готовим до запитань та несподіваних реакцій слухачів.

6. Проектні роботи. Завдяки цій дидактичній технології, відбувається не стільки інтеграція чинних знань, скільки їхнє випробовування практикою і, разом з тим, отримання нових відомостей. Активна участь магістрантів у розробці та реалізації певних проектів сприяє засвоєнню ними новітніх способів діяльності у визначеному економічному середовищі. Потреба опрацьовувати великі обсяги інформації впродовж роботи над проектом, спонукає до утворення груп. За таких умов формується соціалізована особистість. Працюючи у команді, її учасники набувають досвіду взаємодії, розв'язання конфліктних ситуацій, навички етичного поводження з іншими членами колективу, вчаться перебирати на себе відповідальність за прийняті рішення, аналізувати наслідки зробленої справи – позитивні та негативні, робити з цього висновки.

7. Усе, або майже усе з того, про що тільки-но йшла мова, поєднує у собі **тренінг**, який забезпечує взаємодопомогу та взаємне навчання, з огляду на різницю у потенціалах знань, вмінь та навичок учасників, а також мотивацію обов'язку і відповідальності кожного з них.

Характерна особливість тренінгу – робота у малих групах (командах). Завдяки цьому забезпечується формування особистісних лідерських якостей та накопичення досвіду соціальних контактів, без яких професійну діяльність навіть уявити складно. Магістри навчаються цінувати та підтримувати один одного. У них виникає почуття відповідальності за членів своєї команди, потреба у прихильних взаєминах, удосконалюється креативне ставлення до пошуку засобів вирішення актуальних задач, народжується конструктивна ініціатива, накопичу-

ються зразки вишуканої комунікаційної культури, професійної мобільності (завдяки змінам ролей, які їм випадає грати – шеф, керівник підрозділу, пересічний виконавець, приватний бізнесмен тощо).

Безперешкодний обмін думками призводить до поглибленого усвідомлення сутності обраної професії. Дівчата та хлопці взаємно контролюють рівень засвоєння нової інформації, виявляють, освоюють та вигострюють організаторські здібності. У підґрунтя професійних та кар'єрних злетів майбутніх лауреатів Нобелівської премії з економіки закладаються принципи толерантності, соціалізації, варіативності, гнучкості, використання інноваційних інформаційних технологій.

Форма проведення занять, про яку йдеться, надає простір для творчості, ефективного засвоєння навчального матеріалу. Воно й не дивно: щоб досягти командного успіху необхідно використовувати упорядковані розумом знання відразу декількох дисциплін.

Узагальнюючи, робимо висновок, що в залежності від завдань, які вирішуються, застосування тренінгу стає інструментом досягнення наступних **цілей**:

набуття магістрами нових професійних навичок, умінь та технологій, мотивація учасників тренінгу до їхнього застосування на практиці;

позбавлення їх проявів некоректної поведінки, стилю неефективного спілкування, негативних реакцій на висловлювання та поводження інших;

зміна поглядів на проблему, на самий процес навчання, який здатен перетворитися у джерело наснаги та задоволення;

пошук ефективних шляхів розв'язання господарських проблем завдяки об'єднанню колективного розуму команди.

Кожний тренінг має декілька суттєвих, невід'ємних ознак – **атрибутів**. **Перший** з них, як випливає з вищевикладеного, – **команда**. Під час її формування особі, що виявила відповідну ініціативу, треба зважити на індивідуальні здібності претендентів:

- здатність до постійних, відкритих, невимушених та активних комунікацій з колегами;

- підтримка колективно розробленого рішення з одночасним правом викладення особисту позицію щодо нього;
- схвальне ставлення до групової роботи, проявом якої є прагнення колективного успіху, а не зловживання критикою чужих думок та ініціація сварок;
- визнання однакових прав одnogрупників, коли навіть обраний (призначений) лідер – перший серед рівних, а не ментор;
- готовність до надбання нових компетенцій.

Команда буде успішною за умов, якщо:

існують емоційний взаємозв'язок між учасниками, їм комфортно разом, а тому вони лояльно ставляться до команди;

кожен має рівне право брати участь у дискусії та прийнятті рішень;

ватажок свідомо розглядає та нівелює конфлікти, що виникають.

Другий атрибут тренінгу – **тренінгова «підкова»**. Вважається, що саме її периметр якнайкраще підходить для розташування учасників в аудиторії, якщо вона для цього пристосована. Так, до речі, облаштована робота членів Ради Безпеки ООН (рис. 1).



Рис. 1. Зал засідань Ради Безпеки

У цей спосіб створюють неформальну атмосферу відкритості, довіри, уваги та інтересу учасників одного до одного, забезпечують кожному члену команди можливість бачити усіх інших, підкреслюють рівнозначність їхніх позицій. Крім того, тренер має можливість безперешкодно надавати персональні консультації¹.

Третій атрибут – тренер. Тренінгова форма проведення навчальних занять радикально трансформує місію викладача, який перетворюється з вульгарного транслятора інформації, навіть надзвичайно важливої та своєчасної, у очільника колективної роботи, який спрямує енергію та запал тих, хто навчається, в раціональне річище. Тренер якнайкраще зіграє відведену йому роль, якщо він:

¹ Аналогічні умови виникають, якщо розставити столи і стільці літерою «П»

а) поводить ся природно, вільно, спокійно, позитивно, прислухається до учасників, прагне бути авторитетним, а не авторитарним, має волю для реалізації намірів. Не робить спроби копіювати манери іншої, навіть дуже авторитетної особи, хоча й не цурається ефективних дидактичних методів, запозичених у колег;

б) створює атмосферу взаємоповаги, підтверджує цінність знань і думок тих, кого навчає, їхній внесок, байдуже що скромний, у колективні пошуки істини;

в) персоналізує стосунки, звертаючись до учасників за іменами (добре, якщо вони вміщені на бейджиках);

г) говорить змістовно, впевнено, ґендерно нейтральною, політично коректною мовою;

д) контролює появу невербальних сигналів нерозуміння або незгоди – вираз обличчя, очей, рух руки тощо. Діагностує ситуацію, звертаючись безпосередньо до людини або до всієї групи, якщо кілька учасників потребують пояснень чи мають запитання. На випадок, якщо магістранти втомилася і потребують відпочинку, повідомте про час, який залишився до закінчення тренінгу або перерви;

е) відводить час для запитань і ставиться до них з повагою. Не руйнує позитивне навчальне середовище різкими відповідями, поглядаючи на годинник. Якщо додаткові пояснення потрібні лише одному-двом учасникам, пропонує їм поспілкуватися у поза аудиторний час;

є) уникає ненормативної лексики і брутальних жартів;

ж) не сперечається з учасниками – невдоволення одного з них може поширитися й на інших. Для розрядки напруження використовує фрази на кшталт: «Із власного досвіду можу зауважити, що...», «Наскільки я розумію, це – Ваша особиста думка», «Я згоден, що можуть існувати винятки, наприклад...» тощо;

з) намагається бути дипломатом, реагуючи на поведінку, яка викликає невдоволення, дратує. Наприклад, якщо хтось намагається нав'язати свою думку іншим, можна запросити аудиторію також висловитися з відповідного приводу. Того, хто відхилився від порядку денного, повертає до нього зверненням на

кшталт: «Вибачте, що перериваю. Здається, ми відхилилися від теми. Її обговорення залишилося не завершеним, а часу – обмаль»;

і) не виставляє будь-кого у недотепному вигляді, не маніпулює учасниками команди, пригальмовує занадто балакучих та заохочує до висловлення бажаних відсидітися у «тіні», розвиває в усіх та у кожному почуття приналежності до спільної справи;

к) тримається професійно, добре готується до занять, проводить їх організовано, не запізнюється, використовуючи слушні та якісні ілюстративні матеріали;

л) відкрито спілкується з магістрантами під час занять, впродовж перерв, перед початком та після завершення занять. Реагує на зауваження та запитання. Зберігає почуття гумору, терпіння за будь-яких обставин;

м) роз'ясняє суть зроблених помилок та підтримує їх виправлення;

н) радить, підтримує думки, встановлює консенсус, визначає рамкові умови дії, залишається нейтральним, унаочнює зміст виступів, вдаючись до метапланування – візуалізації дискусії на дошці, планшеті, екрані для виділення істотних моментів, які заслуговують на увагу аудиторії;

У тих випадках, коли тренер керує дискусією, він стає **модератором** – особою, яка направляє та систематизує аспекти, які обговорюються, але не виражає власної думки та не пристає на бік жодної зі сторін.

У якості **фасилітатора** тренер має завданням організувати діяльність команди, слідкувати за груповою динамікою та за дотриманням регламенту тренінгу, а також сприяти створенню оптимальних умов для навчання, користуючись якими, учасники самостійно дістаються нових знань.

Четвертий атрибут – матеріальне забезпечення тренінгу, рівень якого визначається зусиллями випускаючих кафедр щодо технічного оснащення спеціалізованих аудиторій, закріплених за ними. На Факультеті економіки та екології моря кожна з них має дошку, екран та мультимедійний проектор, що достатньо для демонстрації презентацій, виконаних у Microsoft Office PowerPoint.

П'ятий атрибут – правила поведіння. Їх опрацьовує та на початку тренінгу артикулює тренер. Правила потрібні для того, щоб усі учасники

перебували в умовах, сприятливих для проведення продуктивної дискусії;
самі отримували потрібну інформацію і не заважали отримувати її іншим;
без побоювань висловлювали та відстоювали свої думки;
дозволяли собі відверті висловлювання, не перетинаючи, водночас, межі пристойності;

мали впевненість, що надана інформація не зашкодить їхнім інтересам.

А йдеться, насправді, про звичайні речі: дотримуватися регламенту, говорити від власного імені, просити слова підняттям руки, бути ввічливим та позитивним, добровільно підкорятися вимогам тренера (наприклад, припиняти обговорення після стоп-команди), не відволікатися від об'явленої теми дискусії.

РОЗДІЛ 2.

КОМПОНЕНТИ, ЕЛЕМЕНТИ ТА ФАЗИ ТРЕНІНГУ

Тренінг – багатокомпонентний , багатоеlementний і багато стадійний процес. До головних компонентів тренінгу належить:

розминки;
вправи;
кейси;
рольові ігри;
аналітична частина(рефлексія, обговорення).

Так звана розминка присутня практично на всіх етапах (стадіях) тренінгу: на початковому етапі вони служать цілям зняття напруги учасників та інших в рішеннях бар'єрів, створення творчої і доброзичливої атмосфери в групах – учасниках. Далі на наступних етапах вони виконуватимуть роль психологічного розвантаження, дозволять перебороти втому, відпочити.

Вправи – це повторення певних дій за завданням тренера. Відпрацювання навичок в «безпечної» навчальної обстановці тренінгу дозволяють учаснику не боятися помилитися і в лабораторних умовах вчитися на власних помилках. Прикладом найпростіших вправ тренінгу є продаж пілососів, може служити така вправа: учасники по черзі пропонують вимовити якусь фразу з різними інтонацією. З посмішкою, з жалем, з радістю, з роздратованням, із впевненістю і т . п. Тим

самим агент привчається контролювати який невербальним сигналом відає клієнтові свою інтонацію в розмові.

Аналіз і обговорення пронизують всі етапи тренінгу. Обговорення складається з питань, що задаються тренером і відповідей учасників.

Найважливішою компонентною тренінгу є кейс (case study). Кейс – це єдиний інформаційний комплекс, який складається як правило, з трьох частин:

- опис конкретних ситуації;
- допоміжна інформація, необхідна для аналізу;
- завдання до кейса.

Кейс може бути видано учасникам у видах – друкованому, мультимедійному, виданий кейс не повинен бути об'ємним (одна – дві сторінки тексту). Великі кейси викликають у студентів утруднення, а особливо при роботі в-перше.

Кейси класифікуються за признаками: за місцем написання і проведення за досягненням відповідних цілей.

Кейси за місцем написання і виконання: написані на підприємстві і виконані на його полі; написані і виконані в університетських стінах . С точки зору використання джерел інформації кейси розділяються на «бібліотечні», «публічні», «класичні» і «кабінетні».

Кейси за досягненням поставлених цілей розрізняються: 1) на кейси, що вимагають звільнення управлінського рішення; 2) на кейси, що вимагають розробки стратегії; 3) на описові кейси.

Перший тип кейсів відтворює ситуацію, в який керівник змушений ухвалити конкретне обґрунтоване рішення, маючи чітко окреслені обставини. Обговорюючи цей кейс студент повинен поставити себе на місце керівника (управління).

Другий етап кейса відтворює ситуацію, в який керівник змушений чітко визначити мету і завдання підприємства чи адміністративного підрозділу, а також розробити політику їх втілення. Такі кейси викликають інтерес у студентів, які бачать себе в майбутньому на вищих посадах уряду чи підприємствах.

Описові кейси відтворюють ситуацію чи декілька ситуацій, які ілюструють типову поведінку фахівця. Описові кейси використовуються для аналізу ключових факторів успіху чи невдач того чи іншого економіста. При вивченні дисципліни «Економіка підприємства» головним чином використовуються перші два типу кейсів.

Ключовими елементами тренінгу є: ціль навчання, викладач (тренер), зміст, засоби візуалізації, учасники, методи навчання, середовище тренінгу, результати тренінгу.

В процесі підготовки та проведення тренінгу виділяють такі фази: фаза планування, фаза підготовки, фаза виконання, моніторингу процесу, фаза оцінки.

При вивченні дисципліни «Економіка підприємства» фаза планування починається і завершується в період розробки навчальної робочої програми. Програма проведення тренінгу включає перелік кейсів конкретних ситуацій, які повинні бути розглянуті в тренінговому процесі та перелік проблемно-орієнтованих лекцій, які повинні бути підготовлені для проведення проблемно-орієнтованої дискусії.

Перелік кейсів конкретних ситуацій і тем проблемно-орієнтованих лекцій розробляється майбутнім викладачем (тренером) на основі власного досвіду, консультацій зі спеціалістами, аналізу інших джерел.

Рекомендований перелік конкретних ситуацій та тем проблемних орієнтованих лекцій (додаток 1) може бути доповнено, або змінено ведучим викладачем (тренером) в поточному навчальному періоді.

Фаза підготовки починається з підготовки матеріалів для проведення тренінгу, головним чином, це розробка кейсу, формування груп учасників, вибір метода тренінгу та інші.

Фаза виконання самий складний процес, який включає по-перше встановлення правильного клімату навчання, презентація теми тренінгу, моніторинг процесу.

Створення правильного клімату – це насамперед створення взаємодії поваги тренера і учасників, взаємної довіри, задоволення від спільної праці в групі учасників.

Моніторинг процесу проводить тренер. При цьому він має знати відповіді на питання:

що відбувається в групі?;

чи є необхідність в додатковій інформації?;

хто є легким і важким учасником?;

який мій (тренера) емоційний стан у цей час?

Презентація теми тренінгу має відповідати наступним вимогам: простоті (використання коротких та простих речень, пояснення специфічних термінів): структурованості і конкретності, крім того потрібно забезпечити інтерес учасників шляхом створення необхідної атмосфери наведення прикладів, переконливої розмови.

Фаза оцінки – заключний етап тренінгу, який в свою чергу, вміщує наступні складові: надання та отримання зворотного зв'язку; оголошення результатів.

Після проведення тренінг-процесу готується звіт у письмової формі, що включає інформацію про всі основні моменти проведення тренінгу.

РОЗДІЛ 3.

МЕТОДИ ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ

Використання тренінгу «Практичне ведення підприємницької діяльності» з використанням єдиного інформаційного комплексу, тобто кейсу, важливішим є вибір його складової – методу тренінгу.

Серед методів тренінгу щодо викладання найбільш прийнятий є групові методи: методи конкретної ситуації і проблемно-орієнтована дискусія (спілкування).

Групове розглядання конкретних ситуацій і проведення проблемно-орієнтованої дискусії забезпечує: по-перше добру адаптацію в суспільстві; по-друге, група, як суспільство в мініатюрі робить очевидним такі приховані фактори, як тиск партнерів, соціальний вплив і конформізм; по-третє дає можливість

проаналізувати в безпечних умовах навчання психологічні закономірності спілкування й поведінку учасників, назавжди очевидні в життєвих (виробничих) ситуаціях.

У групі студент може здобувати нові навички, експериментувати з різними стилями відносин з рівними партнерами, тоді як у реальному житті подібне експериментування завжди з ризиком нерозуміння, не прийняття й навіть покарання.

При груповій взаємодії у процесі розглядання різних конкретних ситуацій виступають як свободний «психологічний полігон», де можна спробувати поводитись інакше, ніж звичайно, примірити, навчити по новому ставитись до себе й до інших учасників – і все це в атмосфері доброзичливості, прийняття й підтримки.

Групові взаємодії дають можливість виявити серед учасників і одержати підтримку тих, учасників у який схожа думка на проблему яка розглядається. Групова форма проведення тренінгу спирається на перерахування більш вигідна як для учасників так і для тренера (викладача).

Метод конкретної ситуації моделює реальний стан підприємства і окрему проблему, яка перед ним стає. Що є імітацією реального впливу з діяльності підприємства, або ж штучно створеної ситуації, що відображає типові проблеми. Цей метод ефективний в навчанні студентів при розгляданні конкретної робочої ситуації і підготовки до прийняття відповідальних рішень. Досвід використання даного метода (тренінгу) підтверджує те, що студенти – учасники процесу виховують навички професіоналізму, роблять узагальнення, правильні висновки, аргументують свої рішення.

Існує багато різновидів метода конкретних ситуацій. Серед них на наш погляд, найбільш прийнятним і ефективним при викладанні дисципліни економіка підприємства є наступні різновиди:

1. Метод конкретної ситуації призначений для того, щоб допомогти студенту-учаснику можливість вибору варіанту рішення з декількох альтернативних варіантів. Він дозволяє студенту краще розбиратись з економічними законами і закономірностями які діють на рівні підприємств і об'єднань, а також

формувати у майбутніх економістів гнучкий підхід до розгляду організаційних та економічних проблем.

2. Метод конкретних ситуацій призначений для того щоб розвинути професійні навички економістів, які дозволять їм в реальній роботі на підприємстві визначити першочергові завдання в економічних процесах підприємства, з чого починати пошук відповідей і скласти правильний план дій.

Рекомендується виконання наступних етапів щодо використання даних різновидів методу конкретних ситуацій в навчальному процесі і насамперед при вивченні дисципліни економіка підприємства:

- тренер (викладач) готує заздалегідь перелік конкретних виробничих ситуацій;

- для проведення тренінгу за розкладом занять з рекомендованого переліку конкретних ситуацій (додаток 1) обирається ситуація або розробляється самостійно тренером;

- ретельно описана конкретна ситуація з включенням вихідних даних в документальному виді (один-два аркуша) видається студентам-учасникам на розгляд;

- якщо група велика, можна розділити на підгрупи;

- студенти вивчають опис і вихідні дані при цьому мають висловити власні думки щодо розглядання конкретної ситуації;

- студенти-учасники готують звіт, в якому надаються рішення конкретної ситуації. Звіт складається кожною підгрупою або індивідуально (за рішенням тренера);

- тренер перевіряє звіти і на наступному занятті оголошує результати.

Метод тренінгу – проблемно-орієнтована дискусія – це обмін інформацією та ідеями щодо вирішення проблеми, оголошеною одним з учасників тренінгу в формі проблемно-орієнтованої лекції. В процесі проведення лекцій, лектор використовує елементи презентації проблеми і авторського варіанта її вирішення. Цей метод особливо ефективний при навчанні учасників прийомам рішення проблем і розвитку навичок формування особистої думки.

Для того щоб дискусія була плідною, учасники повинні мати можливість вільно і відверто висказувати і обговорювати думки. Умови для цього, як правило, створюються тренером (викладачем).

Тривалість проблемно-орієнтованої лекції не повинна перевищувати 25-30хв , для того щоб встигнути в межах академічного часу провести дискусію і сформулювати загальну думку, щодо якості проведення лекцій і правильності вирішення проблеми.

Тема проблемно-орієнтованої лекції видається студенту-учаснику заздалегідь для домашньої розробки. Тема лекції обирається студентом самостійно з рекомендованого переліку (додаток 2), або формулюється самостійно і узгоджується з викладачем.

При розробці і апробації викладання проблемно-орієнтованої лекції студент повинен перед за все дотримуватися вимог, щодо підготовки і викладання лекції на тему навчальної дисципліни (див. § 4 даного навчального посібника). Крім того лектор повинен чітко сформулювати проблему, значення її вирішення і авторську думку щодо її рішення та ретельна аргументація цього рішення.

Розгляд конкретних ситуацій та проведення проблемно-орієнтованих дискусій вельми корисні для тренування пізнавальних навичок, таких як: уміння аналізу, синтезу та оцінки інформації; використання інформації для обґрунтування особистої точки зору; опрацювання навичок спілкування в нестандартних і конфліктних ситуаціях; використання методів вирішення проблем; вироблення точки зору; обговорення і переоцінка точок зору та інше.

Особливо важливим в дискусії є набування навичок спілкування. В наукової літературі є рекомендації щодо спілкування.

Відчувайте ситуацію.

Зрозумійте все коло проблем ситуації, яку ви аналізуєте.

Висловлюйтесь розумно. Пояснюйте свої думки найзрозуміліше.

Покажіть яку користь отримує адресат, говоріть чітко і висловлюйте ідею.

Слухайте уважно.

Розумійте почуття інших. Дайте зрозуміти, що ви вмієте співчувати людям.

Задавайте питання, щоб викликати співрозмовника на розмову.

Використовуйте підхід «проблема-рішення».

При читанні лекцій використовуються невербальне спілкування.

Невербальне спілкування – це комунікаційна взаємодія між індивідами без використання слів (передача інформації або вплив один на одного через інтонації, жести, міміку, пантоміміку, зміну мізансцени спілкування), тобто без мовних і мовлених засобів, представлених у прямій або якій-небудь знаковій формі. Розповсюджена робоча назва, що вживається серед людей – «мова тіла». Психологи вважають, що правильна інтерпретація невербальних сигналів є найважливішою умовою ефективного спілкування.

Таблиця 1

Психолого-педагогічні аспекти викладання навчальної діяльності

Основні невербальні коди	
Група невербальних кодів	Складові
Візуальні аспекти поведінки	- присутність/ відсутність - рух, пози, жести - вираз обличчя, очей
Використання голосу	- голосний/тихий, приємний/різкий - зітхання/ вигуки - шепіт, крик
Візуальні аспекти особистості	- форма тіла, зріст, вага - шкіра, волосся - одяг, аксесуари, косметика
Використання дотиків	- частота - ситуація - частини тіла
Сприйняття, структурування та використання простору	- особиста, інтимна та соціальна зона - наповненість
Використання часу	- оцінка, пріоритети - інтервали - акуратність
Спосіб аранжування предметів, звуків, світла, кольору, температури	- розташування меблів - розташування особистих речей - потреба у тиші

Таблиця 2

Основні жести, що використовуються під час спілкування та їх інтерпретація

Жести	Інтерпретація
Погляд у простір, малювання, позіхання, млява поз	Нудьга
Інтенсивний контакт очей, активна поза, кивання головою	Увага
Відхід або відхилення назад, схрещенні руки або ноги, погляд з-під лоба	Незгода
Відкрита поза, відкриті долоні	Довіра
Дотики до обличчя, опущений погляд, совання, закриті долоні	Брехня
Очікувальний погляд, прибрані папери, відкладений олівець	Готовність до завершення
Покусування ручки або дужки окулярів, прогладжування щоки	Розміркування
Розширені зіниці	Інтерес
Здійняті брови	Недовіра, подив

При проведенні тренінгу щодо вивчення дисципліни «економіка підприємства» можливо використання і інших методів. Наприклад: індивідуальні завдання і ділові ігри. Однак, поширення їх при використанні в навчальному процесі обмежено наявністю окремих недоліків. Так, індивідуальні завдання мають надмірну концентрацію тренере над особистістю, а ділові ігри потребують багато часу на їх підготовку і проведення.

РОЗДІЛ 4.

ТРЕНІНГ І ТРАДИЦІЙНА СИСТЕМА ВИКЛАДАННЯ ТРЕНІНГУ «ПРАКТИЧНЕ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

До традиційних методів викладання кожної навчальної дисципліни, в тому числі і тренінгів відносяться: лекції, семінарські та практичні заняття, самостійна робота, перевірка знань, умінь і навичок тих хто навчається.

Лекція – викладення інформації у вигляді публічного виступу викладача з подальшими відповідями на питання аудиторії. В навчальних планах підготовки фахівців-підприємців лекції є найважливіша складова аудиторного вивчення

дисципліни. Лекція як форма навчального процесу має ряд відмінних рис, зокрема:

- вона дає цілісне і логічне висвітлення основних положень навчальної дисципліни;
- є найкращою формою компенсувати старіння навчального матеріалу або його відсутність сучасних підручників і навчальних посібників;
- оперативного ознайомлення із останніми даними науки;
- органічно сполучає навчання з вихованням, приймає викладача як приклад для наслідування.

Сучасні навчальні лекції розподіляють на чотири види:

По-перше, це оглядова лекція. Вона спрямована на відновлення отриманих знань або знайомство з якимись новим, слабо вивченим матеріалом для формування цілісного знання. Цей вид лекції використовується як правило, перед проведенням державних іспитів.

Постановочний вид лекції використовується при заочній формі навчання. Головне її завдання – систематизація наявних знань у тих, що навчається, акцентування уваги на найбільш складних і важливих темах навчальної дисципліни, рекомендацій щодо самостійної роботи і інформації про використану літературу.

Предметна лекція – це лекція на тему яка є окремим розділом робочої навчальної програми курсу. Вона направлена на вивчення теорії навчальної дисципліни і вміщує в собі питання і інформацію про наслідуєму тему.

Проблемна лекція надає матеріал як проблему або комплекс проблем, комплекс різних точок зору на рішення цих проблем. Проблемна лекція, як правило, викладається у тому випадку, коли немає рішення проблеми і має за мету викликання дискусії з цього приводу.

Використання всіх перерахованих видів лекції доречне і ефективно у випадках коли: лектор володіє знаннями, яких немає у слухачів, коли лектор користується довірою як джерело інформації, коли лектор вміє виступати, вміє користуватися педагогічними і психологічними прийомами які концентруються увагу слухачів.

Лекція повинна бути:

- яскравою, переконливою, бездоганною в науково-методичному відношенні;
- вчити мислити, а не складатися з готових відповідей і рецептів;
- бути грамотною і логічною;
- базуватися, а в багатьох випадках виходити з матеріалу, який є в найновіших підручниках.

При оцінці ефективності лекції використовують питання, відповіді на які можуть бути позитивні чи негативні: чи зрозуміла мета?; чи логічно побудовано зміст?; чи важлива відображена інформація?; чи вдалі наведені приклади?; чи вірно вибрано стиль виступу (мається використання візуального контакту, вербальної і невербальної манер)?; чи зрозуміли прикінцеві висновки?; як використовується час?

При вивченні навчальної дисципліни економіки підприємства по окремим її темам використовуються така традиційна форма навчання як семінар. Особливість семінару – високий рівень взаємодії викладача і студентів. Досвід показує, що економісти виявляють більше розуміння і успішніше сприймають матеріал вивчаємої теми в процесі її обговорення, а при проблемній темі – в процесі дискусії.

З точки зору мети, змісту особливості проведення використовується така форма семінару як практичне заняття. Практичне заняття при вивченні курсу економіки підприємства – це поглиблене вивчення і зацікавлення теоретичного матеріалу шляхом розгляду (рішенням) конкретних задач по конкретній темі програми курсу.

Слід окремо звернути увагу на семінари, які проводяться за темою проблемної лекції. У даному випадку процес проведення семінару є дискусія. Тобто ведеться жорстко регламентовано обговорення – всі виступи виконуються під контролем викладача (ведучого). Вільний неформальний і нерегламентований обмін думками.

Самостійна робота. Під час самостійної роботи, яка виконується не під наглядом викладача, студент має право отримати консультації та поради з приводу проблем, що виникають. Форма самостійної роботи – самостійна робота

студентів, які вивчають курс «Економіка підприємства» здійснюється у таких формах:

1. Вивчення окремих тем курсу за допомогою опорного конспекту лекцій, базового підручника, додаткової літератури, що рекомендується робочою навчальною програмою та викладачем.
2. Опрацювання рефератів, доповідей та інших творчих і дослідницьких робіт.
3. Підготовка до семінарів, виконання самостійних робіт та інших видів практичних занять.
4. Підготовка до опитувань впродовж поточного, проміжного та підсумкового контролю знань.
5. Написання статей для опублікування у збірниках наукових праць навчальних закладів, науково-дослідних установ, спеціалізованих часописах, матеріалах науково-практичних конференцій.

Рекомендації, щодо роботи з опорним конспектом лекцій та рекомендованою літературою - ретельно конспектуйте лекційний матеріал в аудиторії а також складайте тези тем з базового підручника під час самостійної роботи з ним. Упорядковуйте свої конспекти таким чином, щоб без зайвого клопоту знайти необхідний розділ (тему), вивчення, формули, описання методики тощо.

Рекомендації до опрацювання рефератів та доповідей – складання бібліографії та аналітичний огляд інформаційних джерел за темою роботи.

Читання спеціальної літератури. Читання спеціальної літератури може становити значну частину начального процесу.

Однак у майбутньому подібний матеріал використовується рідко, а «перевантаження» часом заважає студентам освоїти декілька простих и корисних принципів, які повинні були б стати частиною їхнього щоденного стилю роботи.

Декілька прикладів використання спеціальної літератури:

попереднє читання;

читання публікацій, стосовно щойно зробленої на занятті роботи;

ознайомлення з більш детальною спеціальною інформацією;

надання переліку матеріалів «для додаткового читання», або стосовно тієї частини питання, що не була розглянута під час заняття.

Активні форми й методи навчання – система прийомів і засобів викладання, що стимулюють і розвивають пізнавальну діяльність студентів, їхню здатність до самостійного, творчого, професійного мислення, роботі в команді. На відміну від традиційних методів навчання - лекцій і семінарів – застосування активних методів сприяє активізації індивідуальних і групових досліджень, «мозкових штурмів», які дозволяють , тим, хто вчиться, здобувати знання, самостійно робити узагальнення, висновки, сприяють виробленню у них стійких практичних навичок наукової, управлінської й консалтингової роботи.

Кінцевою метою використання нових технологій у навчальному процесі є створення умов для становлення й розвитку особистості, що має для становлення й розвитку особистості, що має необхідні професійні якості, здатна до культурної й ділової комунікації, вміє критично осмислювати проблеми, вибирати рішення з ряду альтернатив на основі творчого пошуку. Не менш важливе вироблення в студентів креативного мислення.

Задовольнити зростаючий попит на універсальних магістрів-економістів покликана вища школа. Та й дорослим іноді потрібно перекваліфіковуватись на фахівців з більш ширшим обсягом знань. Проте дорослі вже мають базу знань, на відміну від молоді. І їм потрібні лише спеціальні знання. Перспективою технологією підготовки магістрів є тренінг, який впроваджується в навчальний процес.

З метою посилення ефективності навчання фахівців – економістів, які відповідають сучасним вимогам бізнесу, одночасно з традиційними методами навчання використовуються тренінгові методи (§1,2,3). Одночасно за їх допомогою створюється у фахівця потрібні знання, уміння, навички, досвід (табл.3)

Таблиця 3.

Перелік основних знань, умінь, навичок, компетенцій,
які потрібно сформулювати у магістрантів при викладанні тренінгу з підприєм-
ництва

Знання	Уміння	Навички	Компетенції
1	2	3	4
Економічні за- кони, теорії, кон- цепції економіки	Структурувати і відби- рати зміст матеріалу згі- дно основних економіч- них завдань	Спілкування з різ- ними цільовими групами тих хто на- вчається	Крос культурами Менеджмент
Теорія дидактики	Готуватися й проводити різні за формою заняття з економічних дисциплін	Застосування тех- ніки тренінгових методів навчання	Управління знаннями
Теоретичні засади інформатики	Застосувати найбільш ефективні при вивченні відповідних тем методи й прийоми навчання	Економічне мис- лення	Управління проектами
Методичні засади педагогіки та пси- хології	Формувати цілі та ме- тоди навчання	Застосування при- йомів та техніки ві- зуалізації	Організація про- ектування. Пси- хологічна готов- ність та стрес стійкість
Нормативно-ме- тодичні засади ор- ганізації навчаль- ного процесу	Формування функцій та цілей навчання еконо- міки	Розробка дидактич- ного матеріалу за темами навчання	Креативність
Нормативно-ме- тодичні засади ор- ганізації промис- лового виробниц- тва	Формувати цілі та функ- ції діяльності підпри- ємств	Застосування при- йомів та техніки ви- користання норма- тивно-методичних документів	Усвідомленість володіння зміс- том нормативно- методичної ба- зою
Концепції еконо- міки в цілому і ок- ремих видів діяль- ності	Виділення та узагаль- нення перспективних на- прямків розвитку еконо- міки в цілому і окремих видів діяльності	Застосування різ- них методів аналізу та сучасного мате- матичного моделю- вання	Різносторонність

РОЗДІЛ 5.

РОЛЬ ТРЕНЕРА (ВИКЛАДАЧА) У ПРОЦЕСІ ПРОВЕДЕННЯ ТРЕНІНГУ

В процесі проведення тренінгу щодо вивчення основ підприємницької діяльності, ведучий процес виступає і як викладач і як тренер. Тому він повинен відповідати одночасно вимогам викладача і тренера.

Ключове завдання викладача – пояснити, у чому полягає творчий характер професійної діяльності економіста підготувати студентів до труднощів у роботі, надати допомогу в пошуках себе в професії.

Ключове завдання тренера – організація проведення тренінгу, його проведення, в процесі якого сформувати навички, необхідні для успішної реалізації отриманих знань у майбутній професійній діяльності, дати студентам уявлення про процеси ділової взаємодії, освоїти культуру ділової взаємодії, вміння зняття внутрішніх бар'єрів взаємодії і спілкування.

В процесі проведення тренінгу ведучий виступає перед усім як викладач, відповідаючи наступним вимогам, щодо особистої підготовленості:

- знання економічних дисциплін;
- предметно-методичною підготовленістю;
- мати особисті психологічні якості.

Основні вимоги до викладачів економічних дисциплін є:

- знання закономірностей та принципів ринкової економіки;
- глибоке знання теоретичних основ економічної системи в цілому;
- основи знань у галузі наук, що забезпечують професійну специфіку роботи тих, хто навчається;
- методи комплексного аналізу результатів діяльності ринкових структур;
- знання основ соціально-гуманітарних послуг на рівні, що дозволяє об'єктивно сприймати соціально-економічні процеси, розуміти економічну природу явищ і подій;
- уміння переусвідомлювати накопичений досвід до набуття нових знань та методів навчання, використовуючи сучасні освітні та інформаційні технології;

уміння адаптувати матеріал, що викладається відповідно до рівня підготовки різних категорій, хто навчається;

наявність необхідної культури мислення, коректно виражати та аргументувати свою точку зору, щодо проблем викладаємої дисципліни;

уміння на науковій основі організувати свою працю, використовуючи сучасні технології аналізу знань, їх обробки та використання;

постійне самовдосконалення.

Вимогами до викладачів дисципліни щодо предметно-методичної підготовки є:

значення та вміння застосовувати на практиці сучасні засоби, прийоми, форми і методи активного навчання:

навички методичної обробки поточної економічної інформації для використання її в навчальному процесі.

До складу психологічних якостей особистості викладача економічних дисциплін можна віднести такі як:

системне мислення;

ерудиція;

здатність навчати правильно мислити та правильно відчувати;

висока моральність;

обов'язок та совість;

висока інтелігентність;

відкритий товариський характер.

Викладачу, як тренеру потрібне мати наступне:

володіння методами ефективної організації проведення тренінгу;

гнучко планувати тренінговий процес, ретельно підбирати завдання щодо проведення тренінгу;

вміння стимулювати заохочення студентів взаємодії, спілкуванні в процесі проведення тренінгу;

- володіти здібністю розуміти учасників тренінгу;
- бути комунікатором взаємо обміну ідеями в процесі проведення тренінгу.

В цілому викладач (тренер) – це дослідник, вихователь, консультант, керівник проектів.

РОЗДІЛ 6

РЕКОМЕНДОВАНА РОБОЧА ПРОГРАМА ТРЕНІНГУ «ПРАКТИЧНЕ ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ»

ЗМІСТ ПРОГРАМИ

ТЕМА «БІЗНЕС ТА БІЗНЕС-ІДЕЯ»

Бізнес: що це?

Термін «business» походить від староанглійського «bisig» – активний, зайнятий роботою, діловий.

Бізнес часто визначають як діяльність, спрямовану на одержання прибутку.

Бізнес – це самостійна, здійснювана на свій страх і ризик і під особисту майнову відповідальність діяльність окремих громадян та об'єднань громадян, яка спрямована на одержання прибутку або економічної вигоди в іншій формі.

Бізнес – поняття ширше, ніж підприємництво, і охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи у дію не тільки підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури.

Що таке підприємництво?

Підприємництво – самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність із метою досягнення економічних та соціальних результатів та одержання прибутку (*Господарський кодекс України, стаття 42*).

Функції підприємництва:

- **інноваційна (творча)** – генерування і реалізація нової комерційної ідеї;
- **організаційна** – реєстрація фірми, організація виробництва, збуту, реклами;
- **ресурсна** – мобілізація матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів;
- **стимулююча (мотиваційна)** – формування мотиваційного механізму ефективною і корисною праці.

Не треба ототожнювати поняття «підприємництво» і «підприємливість».

Підприємливість – це здатність людини (особистості) до самостійних, неординарних, нетипових дій. Тому в умовах ринку практично всі люди можуть

бути підприємливими, але це не означає, що всі повинні й можуть бути підприємцями.

«Підприємець – це людина особливого роду.

Прибуток для нього лише символ успіху.

Головне – ступити на незвіданий шлях, далекий від усталених рішень».

Йозеф Шумпетер

Відмінність понять «бізнес» та «підприємництво»

Бізнес

Підприємництво

Репродуктивна функція:

з року в рік виробляються одні й ті ж самі товари або надаються послуги

Новаторська функція:

творчий пошук, відкриття, бажання освоювати нові ринку збуту, запроваджувати нові форми організації виробництва, віднаходити нові ресурси та їх комбінації

Класифікація підприємництва в Україні (ч. 3 ст. 55 Господарського кодексу України)

Суб'єктами мікропідприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у

яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Інші суб'єкти господарювання належать до **суб'єктів середнього підприємництва**.

Різниця між підприємництвом та звичайною роботою:

1. Підприємці делегують, працівники роблять усе самі.

Настанова «Якщо хочеш, щоб усе було зроблено правильно, роби сам» – це мантра співробітника.

2. Підприємці досягають успіху завдяки ризику, а працівники його уникають.

Американський учений австрійського походження, теоретик менеджменту Пітер Друкер сказав: «Щоразу коли ви бачите успішний бізнес, будьте впевнені: хтось одного дня ухвалив сміливе рішення».

3. Працівники бачать у досвідчених фахівцях загрозу. Підприємці їх наймають.

4. Підприємці кажуть «ні» можливостям; працівники приймають їх.

Воррен Баффет сказав: «Різниця між успішними людьми і дійсно успішними людьми полягає в тому, що дійсно успішні люди кажуть «ні» майже всьому».

Бізнес-модель

Модель бізнесу включає наступні складові та їх характеристики:

- **Споживач** – визначає: для кого створюється продукт (послуга); які споживачі є найціннішими;
- **Цінність** – визначає: який продукт (послуга) постачається клієнтові; на вирішення яких проблем клієнта спрямований бізнес; які потреби клієнта задовольняє бізнес; який набір продуктів та сервісів призначений для кожного сегменту ринку;
- **Канали збуту (поширення)** – визначає: якими каналами збуту користуватися для окремих сегментів; якими каналами бізнес користується зараз; який зв'язок між каналами поширення; які з каналів працюють найкраще; які з каналів найефективніші по затратах; як канали збуту інтегровані зі структурами замовника (споживача);
- **Стосунки із замовниками (споживачами)** – визначає: які види взаємозв'язку кожен сегмент замовників очікує від організації; які види взаємозв'язку вже налагоджені; наскільки витратні види взаємозв'язку; як стосунки із замовниками інтегровані з рештою моделі бізнесу;
- **Отримання виручки (грошові потоки)** – визначає: за що споживачі реально готові платити; за що споживачі платять зараз; як здійснюється

сплата; як споживачі хотіли б платити; який вклад кожного потоку виручки в загальну виручку;

- **Основні ресурси** – визначає: яких основних ресурсів потребує бізнес, в тому числі: продукування основної цінності; канали поширення; взаємозв'язок зі споживачами; потоки виручки;
- **Ключові партнери** – визначає: які партнери є ключовими; які постачальники є основними; які основні ресурси необхідно отримувати від партнерів (постачальників); якою є ключова діяльність партнерів;
- **Структура витрат** – визначає: якими є найважливіші витрати в прийнятій моделі бізнесу; які ключові ресурси коштують найдорожче; яка ключова діяльність коштує найдорожче.

Існує кілька підходів до визначення поняття бізнес-моделі, що акцентують увагу на різних її складових елементах:

- **Бізнес-модель** — це спосіб ведення бізнесу, що забезпечує прибуток. **Бізнес-модель** пояснює, як бізнес заробляє гроші.
- **Бізнес-модель** — це логічний схематичний опис бізнесу, покликаний допомогти в оцінці ключових факторів його успіху.
- **Бізнес-модель** — це спосіб, яким організація створює цінність для споживачів і отримує від цього прибуток.

Разом ці визначення дають нам розуміння поняття «бізнес-модель».

Найбільш популярним інструментом для її втілення є Шаблон бізнес-моделі, розроблений Олександром Остервальдером та Івом Піньє у 2010 році. Він був представлений у роботі «Побудова бізнес-моделей. Настільна книга стратега та новатора» і відтоді використовується як інноваторами та власниками стартапів, так і відомими корпораціями для пошуку найкращих нових способів створити цінність для своїх клієнтів та отримати відповідний дохід.

Шаблон (або як іноді його називають: канва, макет) – Business Model Canvas – це універсальна мова опису, уявлення, аналізу та перетворення бізнес-моделей.

Він складається з 9 блоків, що дозволяють просто описати та наочно уявити діяльність вашого бізнесу на одному аркуші:

1. Сегменти клієнтів. Кому ви допомагаєте?
2. Ціннісні пропозиції. Яким чином ви допомагаєте клієнтам?
3. Канали збуту. Як про вас дізнаються та як ви доставляєте цінність?
4. Відносини з клієнтами. Як у вас побудована взаємодія?
5. Потоки доходів. Що ви отримуєте?
6. Ключові ресурси. Хто ви є і чим ви володієте?
7. Ключові види діяльності. Що ви робите?
8. Ключові партнерства. Хто вам допомагає?
9. Структура витрат. Що ви вкладаєте?

Розглянемо їх по черзі.

Перший блок – сегменти клієнтів. Кому ви допомагаєте?

У цьому блоці визначіть, які групи споживачів ви розраховуєте залучати та обслуговувати. Щоб краще задовольняти потреби, бажано розбити клієнтів на групи за проблемами, особливостями поведінки та іншими ознаками, тобто виділити цільові аудиторії чи споживчі сегменти.

Групи клієнтів являються собою різні сегменти, якщо:

- розбіжності у запитах зумовлюють розбіжності у пропозиціях;
- взаємодія з ними здійснюється через різні канали;
- взаємини із групами треба будувати по-різному;
- і відповідно дохідність клієнтів істотно відрізняється.

Про це ви докладніше поговорите в маркетинговому блоці курсу.

Другий блок вашої бізнес-моделі – ціннісні пропозиції. Яким чином ви допомагаєте клієнтам?

Включіть в цей блок опис ваших товарів чи послуг у вигляді ціннісної пропозиції для певного споживчого сегменту. Ціннісна пропозиція – це сукупність переваг, які ваш бізнес готовий запропонувати споживачеві.

Такі переваги можуть бути функціональними, соціальними або навіть емоційними. Наприклад, цінністю може стати зручність використання товару або його доступність. Деякі ціннісні пропозиції орієнтовані на задоволення абсолютно нових потреб, яких на ринку раніше просто не існувало. Або, наприклад, функціональні інновації чи дизайн можуть стати найважливішим елементом ціннісної пропозиції.

Третій блок – канали збуту. Як про вас дізнаються та як ви доставляєте цінність?

Цей блок визначає, як ваш бізнес взаємодіє зі споживчими сегментами і доносить до них свої ціннісні пропозиції.

Обмірковуючи майбутні канали збуту, тримайте в голові 5 етапів взаємодії з клієнтами:

1. Інформування про товар чи послугу компанії.
2. Допомога у виборі та прийнятті рішення на вашу користь.
3. Продаж товару або обслуговування.
4. Доставка та установка.
5. Післяпродажний сервіс та підтримка лояльності.

Четвертий блок вашої бізнес-моделі – відносини з клієнтами. Як ви взаємодієте?

Якщо ви виділили кілька сегментів майбутніх клієнтів, на цьому етапі вам доведеться окремо спроектувати відносини з кожним з них.

Задайте собі запитання:

- Наскільки персоналізованою буде ваша взаємодія з клієнтами?
- Чи буде передбачена певна автоматизація або навіть самообслуговування?
- Хто і як буде спілкуватися з клієнтами?
- Чи готові ви створити спільноту навколо вашого бізнесу і в чому буде полягати взаємодія з нею?
- Який вплив будуть мати клієнти на цінності вашого бізнесу? Чи готові ви їх чути на всіх етапах розробки товарів?

Ключові партнерства Хто вам допомагає?	Ключові види діяльності Що ви робите?	Ціннісні пропозиції Яким чином ви допомагаєте клієнтам?	Відносини з клієнтами Як у вас побудована взаємодія?	Сегменти клієнтів Кому ви допомагаєте?
	Ключові ресурси Хто ви є і чим ви володієте?		Канали збуту Як про вас дізнаються та як ви доставляєте цінність?	
Структура витрат Що ви вкладаєте?		Потоки доходів Що ви отримуєте?		

П'ятий блок бізнес-моделі описує, які потоки доходів та з яких джерел ви отримуєте від кожного споживчого сегменту.

Ваша власна справа може використовувати різні способи для отримання потоків доходів.

- безпосередній продаж товарів;
- періодична оплата користування певною послугою (наприклад, щомісячна оплата за Інтернет або абонемент на відвідування басейну);
- отримання відсотків за посередницькі послуги (HR-консультанта, ріелтора і т.д.);
- передача в тимчасову оренду обладнання, приміщень або навіть фахівців;
- реклама послуг інших компаній тощо.

Важливо, що ці перші згадані 5 блоків в канві бізнес-моделі описують вашу систему взаємодії з клієнтами, зовнішню сторону, тобто те, що клієнти будуть бачити та відчувати на собі. Метафорично можна сказати, що це та частина вашої справи, що відбувається на сцені.

Наступні 4 блоки в канві бізнес-моделі – це те, що відбувається всередині бізнесу.

Отже, шостий блок бізнес-моделі – ключові ресурси. Хто ви є і чим ви володієте?

Опишіть тут, будь ласка, найважливіші активи, що необхідні для створення та роботи бізнес-моделі. Саме їх наявність дозволить вам створювати цінність для кінцевого клієнта.

Ключові ресурси зазвичай включають:

- Матеріальні ресурси: виробничі приміщення та обладнання, сировина, будівлі, офіси, обладнання, транспорт, сировина;
- Фінансові ресурси: стартові кошти, кредитні або грантові запозичення;
- Інтелектуальні ресурси: торгова марка, патенти та авторські

- права, предмети інтелектуальної власності;
- Персонал: наймані співробітники або люди, яких ви будете залучати для розвитку бізнесу на інших засадах.

Сьомий блок бізнес-моделі – ключові види діяльності. Що ви робите?

Визначте, яка саме діяльність сприятиме досягненню цілей вашого бізнесу та створенню цінності для клієнта. Це ті найважливіші дії, без яких успішна робота неможлива.

Чи буде у вас це:

- власне виробництво;
- сервісне обслуговування;
- посередницька діяльність;
- торгова мережа;
- IT-платформа тощо.

Восьмий блок бізнес-моделі – ключові партнерства. Хто вам допомагає?

Більшість бізнесів ефективні лише при залученні надійних партнерів або постачальників. Подумайте про те, з якими категоріями партнерів ви будете працювати на старті? Деякі партнерства дозволяють оптимізувати вашу бізнес-модель, зменшити ризики або отримати ресурси за вигідною ціною, проводити спільні маркетингові активності.

Варто продумати перелік всіх можливих майбутніх партнерів та сформувати критерії, на підставі яких будете їх обирати.

Дев'ятий блок бізнес-моделі – структура витрат. Що ви вкладаєте в свій бізнес?

Будьте готові визначити найбільш істотні витрати, необхідні для реалізації побудованої бізнес-моделі. Їх доволі легко підрахувати, якщо ви визначили ключові ресурси, види діяльності та ключових партнерів.

В залежності від структури витрат бізнес-моделі поділяються на два класи:

- з переважною увагою до витрат і
- з увагою до цінності.

На старті власної справи важливо усвідомлювати, що дохідна частина вашої бізнес-моделі повинна переважати над витратною. Саме тоді можна говорити про ефективне створення цінності для клієнта. Суть ефективно працюючої бізнес-моделі: отримувати від клієнтів грошей більше, ніж потрібно на розробку продукту.

Концепція створення власної справи в Україні

1. Підприємницька ідея.
2. Бізнес-план.
3. Джерела фінансування (власні кошти, кредит, інвестор тощо).
4. Виробництво / Менеджмент.
5. Товари та послуги.
6. Маркетинг / Реклама / Продажі.
7. Прибуток / Сервіс / Робота з цільовою аудиторією.

Етапи створення бізнес-ідеї

1. Сформулюйте свою проблему чи завдання.
2. Зберіть всі факти: загальні та спеціальні.
3. Ламайте усталені схеми та моделі.
4. Не бійтеся експериментувати із комбінаціями, використовуйте відчуття.
5. Перевірте свою ідею на практиці.

ТЕМА «ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ ТА РЕЄСТРАЦІЯ БІЗНЕСУ»

Вибір способу входження у бізнес



Переваги створення нового підприємства	Недоліки створення нового підприємства
Можливість будувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця	Ємність ринку може бути недостатньою для продукції нової фірми
Відсутність ризику отримати фірму з поганою репутацією	Відносно високі витрати на придбання нового обладнання
Оригінальність ідеї бізнесу потребує створення нового підприємства	Відсутність «ім'я» у момент виходу на ринок (споживачі рідко коли вирішуються відразу купувати товари нової невідомої фірми)
Особливості розташування бізнесу	

Переваги й недоліки придбання існуючого бізнесу

Переваги	Недоліки
1. Купівля фірми, яка процвітає, означає придбання джерела прибутку, що діє негайно	1. Покупця можуть ввести в оману, і він придбає фірму, що працює погано
2. Бізнес, що існує, вже має сформований колектив, контингент постачальників, міцні ділові зв'язки	2. Існує можливість успадкування недоброзичливого ставлення до фірми
3. Уже відома результативність діяльності фірми, яку купують	3. Місцезнаходження фірми є (або може стати в майбутньому) не зовсім вдалим, а то й неприйнятним
4. Бізнес, що існує, може мати краще місцезнаходження	4. Існує загроза виникнення труднощів при зміні, якщо буде потрібно, бізнесу фірми
5. Ціна купівлі фірми зазвичай набагато менша від затрат на її створення	5. Покупець може заплатити досить високу ціну

ЕТАПИ ВІДКРИТТЯ БІЗНЕСУ

- **Крок 1. Вибір організаційно-правової форми.**
- **Крок 2. Підготовка засновницьких документів: статуту та установчого договору (для юридичних осіб).**
- **Крок 3. Алгоритм державної реєстрації ФОП та юридичних осіб.**
- **Крок 4. Вибір системи оподаткування.**
- **Крок 5. Отримання дозвільних документів.**

Крок 1. Вибір організаційно-правової форми

1. Одноосібне володіння.

Переваги і недоліки одноосібного володіння

Переваги одноосібного володіння	Недоліки одноосібного володіння
• простота заснування та ліквідації фірми; • повна самостійність, свобода і оперативність; • максимум спонукальних мотивів діяльності; • конфіденційність діяльності; • одноосібне розпорядження прибутком; • можливість застосування спрощеної системи оподаткування	• повна відповідальність підприємця; • обмежені фінансові можливості; • відсутність спеціалізованого менеджменту; • невизначеність термінів функціонування

2. **Партнерство** – це підприємство, засноване на власності декількох осіб, що домовляються про володіння підприємством та його управління, на засадах угоди (установчого договору) шляхом об'єднання їхнього майна та підприємницької діяльності.

Переваги і недоліки партнерства (товариства)

Переваги партнерства (товариства)	Недоліки партнерства (товариства)
• більш широкі фінансові можливості; • спеціалізація менеджменту; • велика свобода і оперативність дій; • відсутність спеціальних податків	• необмежена відповідальність; • труднощі з розподілом прибутків; • несумісність інтересів партнерів; • труднощі з ліквідацією

3. **Корпорація** – незалежна юридична особа, підприємство, засноване на акціонерній власності.

Переваги і недоліки корпорацій

Переваги корпорацій	Недоліки корпорацій
• значні фінансові можливості; • обмежена відповідальність; • переваги великих розмірів корпорації; • тривалий період функціонування	• подвійне оподаткування; • розбіжності між функціями власності і контролю; • можливості для зловживань; • труднощі з ліквідацією

Відмінності між такими організаційно-правовими формами ведення бізнесу, як приватний підприємець та приватне підприємство

Приватний підприємець: фізична особа-підприємець (ФОП) – це форма особистої участі особи у підприємницькій діяльності.

Приватне підприємство (ПП) – це організаційно-правова форма юридичної особи, що діє на основі приватної власності однієї чи кількох фізичних або ж юридичних осіб з використанням найманої праці чи без такого.

Відмінності:

1. **участь в управлінні** – ФОП діє одноособово, у той час як засновників або ж учасників приватного підприємства може бути одразу декілька, це можуть бути як фізичні особи, так і юридичні особи.
2. **ступінь відповідальності** – ФОП відповідає за власні зобов'язання абсолютно всім своїм майном, включаючи особисте, у той час як приватне підприємство – лише в рамках статутного капіталу підприємства, що формується за рахунок вкладів засновників або ж учасників
3. **складність управління** – ФОП здійснює управління виключно на власний розсуд, управління приватним підприємством може мати більш складну структуру та здійснюватися як одноособово, так і колегіально.
4. **процедура реєстрації** – для ФОП процедура реєстрації значно спрощена: вона не передбачає необхідність установчих документів, вибір найменування, розмежування будь-яких органів управління, формування статутного капіталу, в той час як для приватного підприємства ці вимоги є обов'язковими.

Згідно законодавства України виділяють наступні види господарських товариств:

- **товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ)** – це товариство, яке засноване однією або кількома особами, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких встановлюється статутом, учасники несуть ризик збитків в межах вартості своїх вкладів;
- **товариство з додатковою відповідальністю (ТДВ)** – це товариство, засноване однією чи кількома особами, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких визначений статутом, відповідальність засновників за зобов'язаннями товариства визначається їх внесками у статутний фонд та їх майном у кратному розмірі до вартості вкладу кожного учасника;
- **повне товариство (ПТ)** – це товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, що їм належить. Одна особа може бути учасником лише одного повного товариства;

- **командитне товариство (КТ)** – це товариство, в якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства;
- **акціонерне товариство (АТ)** – це товариство, статутний капітал якого поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, акціонери не відповідають за зобов'язаннями товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю підприємства, в межах вартості акцій, що їм належать.

ДОЦІЛЬНІСТЬ СТВОРЕННЯ

ФОП

Найкраща форма на етапі, коли отримуються невеликі прибутки

ПП

Коли обороти, які не дозволені для ФОП, але немає партнерів чи коштів для статутного капіталу

ТОВ

Якщо справа робиться із партнером, є ризиковою і в перспективі планується продати бізнес

Крок 2. Підготовка засновницьких документів: статуту та засновницького договору (для юридичних осіб)

Суть засновницького договору полягає в тому, що він є одним з різновидів згоди про спільну господарську діяльність з утворенням самостійної юридичної особи.

Його зміст – об'єднання майна (капіталів) і підприємницьких зусиль з метою отримання прибутку. Тому основним для засновницького договору є визначення всіх параметрів взаємовідносин між учасниками фірми, насамперед майнового та організаційного характеру. Це виявляється і в структурі договору, яка має такі розділи: «Преамбула», «Предмет договору», «Загальні положення договору», «Юридичний статус фірми», «Види діяльності», «Статутний фонд і вклади засновників (учасників)», «Права та обов'язки засновників (учасників)», «Управління фірмою», «Розподіл прибутку (доходу) та відшкодування збитків», «Решта умов», «Відповідальність за порушення договору», «Умови розірвання договору», «Умови та строки набуття договором чинності».

Завдання статуту – дати повне уявлення про правовий статус підприємства (фірми) як самостійного господарського суб'єкта, що має всі права юридичної особи, про його внутрішній механізм управління і самоуправління, режим формування і використання майна підприємств (фірм), розпорядження його коштами і прибутком.

У цьому розумінні статут – це акт підприємства, що внутрішньо регламентується, доповнює та конкретизує більшість положень засновницького договору. Таке призначення статуту виявляється і в його структурі, яка, на відміну від договору, докладніша і, як правило, складається з наступних розділів: «Загальні положення», «Предмет (вид), основні цілі та напрями діяльності», «Зовнішньоекономічна діяльність», «Права фірми», «Майно фірми», «Фонди фірми», «Виробничо-господарська діяльність», «Управління фірмою та її трудовим колективом», «Організація та оплата праці», «Розподіл прибутку (доходу) та відшкодування збитків», «Облік, звітність і контроль», «Припинення діяльності фірми (реорганізація та ліквідація)».

Крок 3. Алгоритм державної реєстрації ФОП та юридичних осіб

Державна реєстрація ФОП та юридичних осіб, крім державної реєстрації, що відповідно до законодавства здійснюється в автоматичному режимі, проводиться виключно:

- Виконавчими органами сільських, селищних та міських рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації – ЦНАП (далі – держреєстратори);
- Нотаріусами;
- Акредитованими органами Міністерства юстиції України суб'єктами.

Особливості проведення державної реєстрації ФОП та юридичних осіб в умовах воєнного стану визначено постановою Кабінету Міністрів України від 06.03.2022 №209 (зі змінами) «Деякі питання державної реєстрації та функціонування єдиних та державних реєстрів, держателем яких є Міністерство юстиції, в умовах воєнного стану»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/209-2022-%D0%BF#Text>.

Для реєстрації ФОП необхідно подати (ст. 18 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>, далі – Закон):

1. заяву про державну за реєстрацію формою 1* (діє з 01.05.2023р.), в якій може зазначатися прохання про реєстрацію такої особи платником податку на додану вартість (ПДВ) та/або обрання спрощеної системи оподаткування або інформація про набуття особою статусу електронного резидента (е-резидента) – іноземця, який може отримувати кваліфіковані електронні

послуги, відкривати банківські рахунки в Україні, має можливість зареєструвати себе ФОП та вести підприємницьку діяльність без необхідності перебувати в Україні;

2. нотаріально завірену згоду батьків (усиновителів), попечителя або органу опіки і піклування, якщо зареєструватися в якості ФОП хоче особа, що досягла віку 16 років, але не володіє повною цивільною дієздатністю;
3. договір (декларація) про створення сімейного фермерського господарства – у разі державної реєстрації фізичної особи, яка самостійно або з членами сім'ї створює сімейне фермерське господарство відповідно до Закону України «Про фермерське господарство».

*) форми заяв – <https://minjust.gov.ua/m/formi-zayav-u-sferi-derjavnoi-reestratsii-yuridichnih-osib-fizichnih-osib-pidpriemstiv-ta-gromadskih-formuvan>.

Коротко процес реєстрації ФОП виглядає так:

1. Обрати КВЕД та систему оподаткування для ведення бізнес-діяльності.
2. Отримати виписку в Центрі надання адміністративних послуг (ЦНАП) в Україні чи за допомогою послуг онлайн-сервісу.
3. Подати в державну податкову службу (ДПС) заяву на витяг із реєстру платників податків протягом 10 днів після отримання виписки із ЦНАП чи за допомогою послуг онлайн-сервісу.
4. Через 10 днів після подання отримати в ДПС готовий витяг.
5. Отримати кваліфікаційний електронний підпис (КЕП) онлайн або в акредитованому центрі сертифікації ключів.
6. Відкрити рахунок у будь-якому зручному для вас банку.

Що таке КВЕД і як його вибрати?

Перш ніж подавати заявку на реєстрацію, необхідно вибрати КВЕД – код за класифікатором видів економічної діяльності. Це дуже важливий крок, оскільки саме КВЕД у витягу вказує на те, які послуги надаватиме підприємець або які товари продаватиме.

Повний перелік видів економічної діяльності розміщено на офіційному ресурсі: <http://kved.ukrstat.gov.ua/>.

Закон ніяк не регламентує максимальну кількість КВЕДів, тож що більше видів ви зазначите – то краще, адже через некоректний вибір вас можуть оштрафувати. Водночас немає потреби вказувати види діяльності, за якими ви не плануєте отримувати прибуток.

Втім, якщо ви забули вписати якийсь КВЕД, це можна зробити в будь-який момент пізніше через додаток або портал «Дія». Щойно новий КВЕД буде зареєстрований для вашого ФОП, можна починати вести по ньому діяльність, продавати послуги чи товари та приймати платежі.

Для реєстрації юридичної особи необхідно подати (ст. 17 Закону):

1. заяву про державну реєстрацію за формою 2* (діє з 01.05.2023р.).

У заяві про державну реєстрацію створення юридичної особи приватного права може зазначатися, що вона діє на підставі модельного статуту (<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/367-2019-%D0%BF#n37>), а також прохання заявника про реєстрацію юридичної особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування, та/або включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій. Якщо модельний статут є багатоваріантним, у заяві про державну реєстрацію створення юридичної особи приватного права зазначається редакція модельного статуту, на підставі якого вона діє;

2. примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) рішення засновників;
3. установчий документ юридичної особи (статут, установчий договір і так далі в залежності від обраної організаційно-правової форми) - у разі створення юридичної особи на підставі власного установчого документа;
4. документ, що підтверджує реєстрацію іноземної юридичної особи, що виступає засновником, у відповідній країні (витяг із торговельного, банківського, судового реєстру тощо), - у разі створення юридичної особи, засновником (засновниками) якої є іноземна юридична особа.

*) форми заяв – <https://minjust.gov.ua/m/formi-zayav-u-sferi-derjavnoi-reestratsii-yuridichnih-osib-fizichnih-osib-pidpriemtsiv-ta-gromadskih-formuvan>.

Модельний статут – це типовий установчий документ, який затверджений Кабінетом Міністрів України: <http://surl.li/rrxba> і використовується для створення та провадження діяльності юридичних осіб у формі ТОВ, а також містить положення, що регулюють правовий статус, права, обов'язки та відносини, які пов'язані із створенням, управлінням та провадженням господарської діяльності ТОВ.

До плюсів здійснення діяльності ТОВ на основі модельного статуту можна віднести:

Модельний статут неможливо підробити, що означає захист ваших прав та інтересів, як учасників юридичної особи від неправомірних дій інших осіб.

У випадку необхідності внесення змін до відомостей про юридичну особу не потрібно затверджувати нову редакцію статуту та подавати її державному реєстратору.

Його не потрібно подавати для реєстрації ТОВ і подальшого заключення угод в друкованому вигляді, адже модельний статут є доступним для ознайомлення кожній особі на сайті Верховної ради України.

Мінуси використання модельного статуту, як установчого документа:

Неможливо самостійно внести зміни в положення модельного статуту, оскільки він затверджений постановою Кабінету Міністрів України.

Якщо Кабінет Міністрів України вносить будь-які зміни до положень модельного статуту, то такі зміни стосуються всіх ТОВ, які здійснюють свою діяльність на його підставі, а отже підлягають беззаперечному виконанню.

У модельному статуті неможливо прописати необхідні для учасників товариства положення, наприклад, стосовно обмеження повноважень директора, порядок прийняття рішень органами управління ТОВ, визначення кворуму загальних зборів та інше.

Найпростішою формою юридичної особи є ТОВ. З 17.06.2018 р. діє Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text>, що встановлює порядок створення фірми, який включає в себе кілька етапів.

Перший етап – прийняття рішення про заснування юридичної особи (ТОВ).

1. Найменування компанії, яке повинно містити інформацію про її організаційно-правову форму (ТОВ), саму назву. Юридична особа може мати як повне найменування, так і скорочене (українською мовою обов'язково, іноземною мовою – за бажанням).

2. Місцезнаходження фірми (юридична адреса) – адреса прописки одного із засновників або фактичне місце ведення діяльності чи розташування офісу, з якого проводиться щоденне керування компанією (переважно знаходиться керівництво) та здійснення управління і обліку.

3. Розмір статутного капіталу та як він повинен бути розподілений між засновниками.

4. Хто буде виконувати функції керівника юридичної особи?

5. Затвердження статуту юридичної особи.

6. Хто буде готувати юридичні документи і подавати їх для державної реєстрації?

Крім того, необхідно вибрати основні види діяльності підприємства відповідно до КВЕДу.

Рішення про створення юридичної особи підписує єдиний засновник або оформляється протоколом установчих зборів, який підписується засновниками товариства, якщо їх декілька, та потребує нотаріального посвідчення.

Для створення юридичної особи її учасники розробляють установчі документи, які викладаються письмово і підписуються всіма учасниками. Установчим документом ТОВ є статут.

Статут обов'язково прошивається, пронумеровується та підписується засновниками (учасниками) або уповноваженими ними особами (за довіреністю) без нотаріального посвідчення. При підготовці статуту бажано проконсультуватись з юристом.

Наступний етап – державна реєстрація юридичної особи (ТОВ).

Документи можуть бути подані як у паперовій, так і в електронній формі.

Якщо документи подаються в паперовій формі, то особа, їх що подає, повинна пред'явити держреєстратору документ, що засвідчує особу, і доручення (якщо воно є представником особи, що реєструється ФОП, або діє від імені засновників юридичної особи).

Що стосується сплати адміністративного збору, то його розміри закріплені в ст. 36 Закону.

Держреєстратору подається досить невеликий пакет документів. При цьому сама реєстрація безкоштовна (адміністративний збір сплачується при внесенні змін).

Якщо документи подані в повному обсязі і відповідають вимогам Закону, то держреєстратор протягом 24 годин (без врахування святкових і вихідних днів) з моменту одержання документів приймає рішення про реєстрацію.

Якщо документи подані не в повному обсязі або не відповідають вимогам, зазначеним у ч. 1 ст. 27 Закону, то в той же термін держреєстратор приймає рішення про припинення їхнього розгляду і надає заявникові 15 календарних днів на усунення недоліків. У випадку усунення недоліків розгляд документів відновляється, якщо ж недоліки не усунуті – приймається рішення про відмову в реєстрації.

Крім того, ч. 1 ст. 28 Закону передбачає ще ряд підстав для відмови в реєстрації. Держреєстратор може відмовити в реєстрації тільки на підставах, передбачених ст. 28 Закону.

Після внесення відомостей про реєстрацію юридичної особи або ФОП в ЄДР відповідні відомості автоматично вносяться й у реєстри ДПС (податкова служба). Крім того, відомості про реєстрацію надаються і для реєстрації юридичної особи (ФОП) як платника ЄСВ.

Після реєстраційне оформлення продовжує процедуру організаційного оформлення. Таке оформлення постійно змінюється, тому з ним потрібно ознайомитися ще до початку державної реєстрації і визначити перелік документів, копій, довідок, які для цього необхідні.

Визначити покроковий алгоритм для реєстрації власної справи				
	Мій вибір			
	оберіть та зафарбуйте відповідну альтернативу			
Що плануєте реєструвати - чому саме?	ФОП		ТОВ	
Як будете реєструвати власну справу?	Офлайн		Онлайн	
Який КВЕД обираєте для реєстрації?	впишіть			
Яку систему оподаткування обираєте?	Загальна система	Спрощена система, 1 група	Спрощена система, 2 група	Спрощена система, 3 група
Як будете взаємодіяти з працівниками всередині бізнесу?	Трудовий договір		Цивільно-правовий договір	
Як буде побудована система роботи з майбутніми клієнтами?	З бізнесом: замовлення та рахунок	З бізнесом: рахунок та акт	З бізнесом: рахунок та видаткова накладна	З клієнтами-споживачами - публічний договір на сайті

Різниця між укладенням трудового договору з працівником і цивільно-правового договору з ФОП

Трудовий договір	Цивільно-правовий договір
Кодекс законів про працю	Цивільний кодекс України
Працівник зобов'язується виконувати роботу згідно кваліфікації і підпорядковуватись правилам внутрішнього розпорядку	Виконавець зобов'язується на свій ризик виконати певну роботу (надати послугу), а замовник зобов'язується прийняти і оплатити результати роботи (оплатити послугу).

Подається заява і приймається наказ про прийняття на роботу	Сторони підписують письмовий договір (працівник подає паспорт та довідку про ідентифікаційний номер)
Вноситься запис у трудову книжку	Не вноситься запис у трудову книжку
У договорі зазначається посада, розмір зарплати, дата початку роботи	У договорі зазначається предмет (річ або послуга), ціна і строк договору
Предметом договору є сам процес роботи	Предметом договору є кінцевий результат роботи або послуги
Вид оплати – зарплата	Вид оплати – винагорода
Розмір оплати – не менше мінімальної зарплати	Розмір винагороди – визначається у договорі і не залежить від мінімальної зарплати
Строк оплати – не рідше 2 разів на місяць	Строк оплати зазначається у договорі
Передбачені соціальні гарантії – оплата періоду непрацездатності, допомоги по безробіттю, відпустки	Соціальні гарантії надаються тільки тоді, коли виконавець самостійно проводить відрахування до соціальних фондів
Надається оплачувана щорічна відпустка, виплати на відрядження тощо	Трудові гарантії не надаються

Державна реєстрація ФОП та змін до відомостей про ФОП: <https://cutt.ly/L39JJVO>

Державна реєстрація юридичних осіб:

<https://cutt.ly/L39JVXb>

Державна реєстрація змін до відомостей про юридичну особу:

<https://my.gov.ua/info/service/bydepartment-1543/1955/details/0/0>

Державна реєстрація припинення ФОП:

<http://surl.li/iqivs>

Державна реєстрація припинення юридичних осіб:

<http://surl.li/iqiwi>

Посилання, за яким можна зареєструвати ФОП онлайн:

<https://diia.gov.ua/services/reestraciya-fop>

Посилання, за яким можна ареаєструвати ТОВ на підставі модельного статуту онлайн:

<https://diia.gov.ua/services/reestraciya-tov-na-pidstavi-modelnogo-statutu>

Поради від податкового органу, що робити ВПО-ФОПам із місцем реєстрації:

<https://poltava.tax.gov.ua/media-ark/local-news/644938.html>

Перелік акредитованих організацій ЦЗО, через які можна отримати КЕП:

<https://czo.gov.ua/ca-registry>

Спосіб отримати Дія Підпис: <https://paperless.diia.gov.ua/instruction/yak-otrimati-diyapidpis>

Спосіб отримати КЕП у Вчасно: <https://help.vchasno.com.ua/howtogetecp/>

Спосіб отримати КЕП в Приват 24: <https://onlinebank.dp.ua/publications/861-kep-online-privat24/>

Зразок заяви про реєстрацію ТМ:
<https://ukrpatent.org/uk/articles/blanky-OPV>

Класифікація товарів і послуг для реєстрації ТМ: <https://nice.uipv.org/info/classes>

Безкоштовний пошук відомостей у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань здійснюється відповідно до статті 11 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань».

Безкоштовний запит у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань:
Міністерство юстиції України:
<https://usr.minjust.gov.ua/content/free-search>

Крок 4. Вибір системи оподаткування

Загальна система оподаткування

Юридична особа та ФОП, що використовує загальний режим, сплачує два основні податки: податок на прибуток і податок на додану вартість (ПДВ). Для ФОП ще застосовується військовий збір – 1,5 %.

Загальна система оподаткування вигідна тим, у кого невеликі доходи або великі витрати, так як там ведеться облік доходів і витрат.

Податок на прибуток підприємств

Щоб визначити суму, що підлягає до сплати в бюджет, слід визначити прибуток підприємства, яка розраховується за підсумками бухгалтерського обліку з фінансового результату. Ставка податку на прибуток складає 18% від суми чистого доходу (чистий дохід – це дохід мінус документально підтверджені витрати).

Податок на додану вартість (ПДВ)

ПДВ називається податок, який включається у вартість товарів або послуг, ставка – 20%. Непрямим шляхом він оплачується покупцем, але в бюджет перераховується продавцем.

Спрощена система оподаткування

Група платників єдиного податку	Річний дохід, грн	Дозволена кількість працівників	Ставка	
			Звичайна	Підвищена
1 група: фізичні особи - підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню	1 185 700 грн	Не використовують працю найманих осіб	не більше 10% від прожиткового мінімуму для працездатних осіб* (302,80 грн/міс.)	15% — для фізосіб-підприємців у випадках, визначених <u>п. 293.4 ПКУ</u>
2 група: підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства	5 921 400 грн	не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб**	не більше 20% МЗП* (1420 грн/міс.)	
3 група: фізособи - підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юрособи суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми	8 285 700 грн	Не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена	Встановлюється у відсотках до доходу: — 3% доходу; — 5% доходу	Для юросіб у випадках, визначених <u>п. 293.5 ПКУ</u> : — 6% зі сплатою ПДВ; — 10% без сплати ПДВ.

4 група: сільсько-господарські товаровиробники а) юрособи незалежно від організаційно-правової форми; б) фізособи - підприємці, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, зареєстрованого відповідно до Закону "Про фермерське господарство" за умови виконання сукупності таких вимог: - здійснюють виключно вирощування, відгодовування сільгосппродукції, збирання, вилов, переробку такої власновирощеної або відгодованої продукції та її продаж; - провадять госпдіяльність (крім постачання) за місцем податкової адреси; - членами фермерського господарства такої фізособи є лише члени її сім'ї у визначенні частини другої ст. 3 СКУ; - площа сільгоспугідь та/або земель водного фонду у власності та/або користуванні членів фермерського господарства не менше 2 га, але не більше 20 га	для юросіб - частка с/г товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75%	для юросіб - не обмежено для фізосіб-підприємців - не використовують працю найманих осіб	Розмір ставок податку з 1 га с/г угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування. У відсотках бази він становить: — для рілля, сіножатей і пасовищ (крім рілля, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) розмір ставок податку з одного гектара буде встановлено на рівні 0,95; — для рілля, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, — 0,57; — для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) — 0,57; — для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, — 0,19; — для земель водного фонду ставка залишиться на рівні 2,43; — для рілля, сіножатей і пасовищ, що перебувають у власності сільськогосподарських товаровиробників, які спеціалізуються на виробництві (вирощуванні) та переробці продукції рослинництва на закритому ґрунті, або надані їм у користування, у тому числі на умовах оренди — 6,33.
---	---	--	--

Особливості загальної системи оподаткування ФОП у 2024:

<https://torgsoft.ua/articles/law/zagalne-opodatкуванняja/>

Спрощена система оподаткування у 2024:

<https://buhgalter911.com/spravochniki/prochee/sproschena-sistema-opodatкуванняja-1037746.html>

Крок 5. Отримання дозвільних документів

Ліцензування господарської діяльності:

Перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню визначено у статті 7 Закону України від 02.03.2015 №222-VIII «Про ліцензування видів господарської діяльності»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (далі – Закон №222).

Перелік органів ліцензування, затверджено постановою Кабінету Міністрів України від 05.08.2015 №609 «Про затвердження переліку органів ліцензування та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України»: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/609-2015-%D0%BF#Text>.

Порядок отримання ліцензій на провадження видів господарської діяльності, що визначені у статті 7 Закону №222, передбачено у статтях 10-13 Закону №222.

Як отримати ліцензію?

<https://www.drs.gov.ua/licensing-category/yak-otrymaty-litsenziyu/>

1. Ознайомлення з ліцензійними умовами провадження відповідного виду господарської діяльності

Ліцензійні умови – це нормативно-правовий акт Кабінету Міністрів України, іншого уповноваженого законом органу державної влади, положення якого встановлюють вичерпний перелік вимог, обов’язкових для виконання ліцензіатом, та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії

Ліцензіат зобов’язаний виконувати вимоги ліцензійних умов відповідного виду господарської діяльності, а здобувач ліцензії для її одержання – відповідати ліцензійним умовам.

Ліцензійні умови та зміни до них розробляються органом ліцензування, що є центральним органом виконавчої влади, підлягають погодженню спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування та затверджуються Кабінетом Міністрів України, крім випадків, визначених законом.

Органи ліцензування оприлюднюють ліцензійні умови і зміни до них на своєму офіційному веб-сайті.

2. Підготовка документів для отримання ліцензії та подання органу ліцензування заяви про отримання ліцензії та документів, що до неї додаються.

Здобувач ліцензії подає до органу ліцензування заяву про отримання ліцензії за визначеною ліцензійними умовами формою.

До заяви про отримання ліцензії додаються:

- 1) документи відповідно до ліцензійних вимог;**
- 2) копія паспорта керівника здобувача ліцензії (або довіреної особи) із відміткою органу державної податкової служби про повідомлення про відмову через свої релігійні переконання від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків (подається тільки фізичними особами – підприємцями, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це відповідний орган державної податкової служби);**
- 3) опис документів, що подаються для одержання ліцензії, у двох екземплярах.**

Перелік підтвердних документів встановлюється ліцензійними умовами і є виключним.

Орган ліцензування протягом трьох робочих днів з дня одержання заяви про отримання ліцензії встановлює наявність або відсутність підстав для залишення її без розгляду і в разі їх наявності приймає відповідне рішення.

Підставою для залишення заяви про отримання ліцензії без розгляду є:

1) підписані документи, що додаються до заяви для отримання ліцензії, подані не в повному обсязі;

2) заява або хоча б один з документів, що додається до заяви про отримання ліцензії:

- підписаний особою, яка не має на це повноважень;
- оформлений із порушенням вимог Закону №222, складений не за встановленою формою або не містить даних, які обов'язково вносяться до них згідно з Законом №222;

3) подання заяви з порушенням строків, передбачених Законом №222;

4) відсутність у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань відомостей про здобувача ліцензії (суб'єкта господарювання) або наявність відомостей про державну реєстрацію його припинення.

3. Розгляд заяви про отримання ліцензії.

Орган ліцензування після встановлення відсутності підстав для залишення заяви про отримання ліцензії без розгляду розглядає її та підтвердні документи з метою встановлення відсутності або наявності підстав для відмови у видачі ліцензії шляхом аналізу підтвердних документів та одержання інформації з державних паперових та електронних інформаційних ресурсів.

У разі встановлення наявності підстав для відмови у видачі ліцензії орган ліцензування приймає обґрунтоване рішення про відмову у видачі ліцензії.

Підставою для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії за результатом розгляду заяви про отримання ліцензії є:

1) встановлення невідповідності здобувача ліцензії ліцензійним умовам, встановленим для провадження виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про отримання ліцензії;

2) виявлення недостовірності даних у підтвердних документах, поданих здобувачем ліцензії. Виявленням недостовірності даних у підтвердних документах, поданих суб'єктом господарювання до органу ліцензування, є встановлення на момент подання документів здобувачем ліцензії чи ліцензіатом наявності розбіжності між даними, наведеними у них, та фактичним станом цього суб'єкта господарювання. Не вважаються недостовірними дані, підстава наведення яких суб'єктом господарювання не могла бути для нього завідомо неналежною.

Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржено до Експертно-апеляційної ради з питань ліцензування уповноваженого органу (Державної регуляторної служби України), суду.

У разі встановлення під час розгляду заяви про отримання ліцензії відсутності підстав для відмови у видачі ліцензії орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії.

Строк прийняття рішення про видачу ліцензії становить десять робочих днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії.

Законом України від 06.10.2016 №1666-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення державної реєстрації прав на нерухоме майно та захисту прав власності», який набрав чинності 02.11.2016, були внесені зміни, серед іншого в розділ II «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України від 26.11.2015 № 835-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» та деяких інших законодавчих актів України щодо децентралізації повноважень з державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань», зокрема, згідно з якими, до 01.01.2019 набуття здобувачем ліцензії права на провадження виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, відбувається з дня оприлюднення прийнятого органом ліцензування рішення про видачу ліцензії на його офіційному веб-сайті.

У рішенні про видачу ліцензії орган ліцензування зазначає розрахункові реквізити для внесення плати за видачу ліцензії.

Ліцензія видається на необмежений строк.

4. Плата за видачу ліцензії.

За видачу ліцензії справляється разова плата в розмірі одного прожиткового мінімуму, виходячи з розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб (у 2024 - 3028 грн), що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії, якщо інший розмір плати не встановлений законом.

Плата за видачу ліцензії, що видана Радою міністрів Автономної Республіки Крим або місцевим органом виконавчої влади, становить 10 відсотків від розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, що діє на день прийняття рішення про видачу ліцензії.

Плата за видачу ліцензії вноситься ліцензіатом у строк не пізніше десяти робочих днів з дня оприлюднення на порталі електронних сервісів рішення про видачу ліцензії.

Документом, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії, є копія квитанції, виданої банком, копія платіжного доручення з відміткою банку, квитанція з платіжного термінала, квитанція (чек) з поштового відділення зв'язку.

Органу ліцензування забороняється вимагати від суб'єктів господарювання внесення плати за видачу ліцензії до прийняття рішення про її видачу.

Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності зазначено на: <https://diia.gov.ua/services/categories/biznesu>

Інформація щодо отримання дозвільних документів на будівництво міститься на: <http://surl.li/fbyzo>

Як відкрити продуктовий магазин

Наступну групу документів оформляють на етапі підбору приміщення, оскільки правильно відкрити продуктовий магазин з нуля можна тільки при вказівці конкретної адреси торгової точки:

- *Свідоцтво про право власності або договір оренди;*
- *Висновок пожежної служби і договір на обслуговування протипожежної сигналізації;*
- *План приміщення, виданий БТІ;*
- *Висновок санітарної служби;*
- *Договір про вивезення та утилізації сміття;*
- *Договір про проведення дератизації і дезінсекції;*
- *Дозвіл на розміщення зовнішньої реклами.*

Група документів стосується безпосередньо процесу торгівлі:

- *Санітарні книжки продавців;*
- *Свідоцтво про випробування і перевірку ваг;*
- *Сертифікати якості на продукцію, що видаються постачальниками;*
- *Накладні, товарні і касові чеки, що підтверджують законне походження продукції;*
- *Ліцензія на торгівлю міцними алкогольними напоями.*

Додатково в торговому залі розміщують план евакуації при пожежі з телефонами екстрених служб і «Куточок покупця», що містить текст Закону України «Про захист прав споживачів».