

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ

КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Методичні рекомендації
до виконання практичних завдань
та самостійних робіт
здобувачів вищої освіти всіх спеціальностей
першого (бакалаврського) рівня

Харків
ХНЕУ ім. С. Кузнеця
2025

УДК 658(072.034)

K79

Укладачі: В. В. Томах

І. В. Литовченко

Затверджено на засіданні кафедри менеджменту, логістики та інновацій.
Протокол № 8 від 19.12.2024 р.

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Креативне управління підприємницькою діяльністю [Електрон-
K79 ний ресурс] : методичні рекомендації до виконання практичних
завдань та самостійної роботи здобувачів вищої освіти всіх спе-
ціальностей першого (бакалаврського) рівня / уклад. В. В. Томах,
І. В. Литовченко. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2025. – 56 с.

Подано методичні рекомендації до виконання практичних завдань і самостійної роботи за темами, які розглядають у процесі вивчення навчальної дисципліни. Запропоновано практичні завдання та завдання для самостійного опрацювання, виконання яких буде сприяти закріпленню здобувачами вищої освіти теоретичних знань і набуттю навичок у сфері креативного управління підприємницькою діяльністю.

Рекомендовано для здобувачів вищої освіти економічних напрямів підготовки.

УДК 658(072.034)

© Харківський національний економічний
університет імені Семена Кузнеця, 2025

Вступ

Актуальність і необхідність дисципліни "Креативне управління підприємницькою діяльністю" полягає в значущості застосування творчого підходу до сучасного бізнесу для забезпечення його розвитку та успішного функціонування в умовах змінного ринку. Сьогодні підприємства, які вміло використовують креативні підходи до управління, мають перевагу в конкуренції, адже вони здатні створювати інноваційні рішення та впроваджувати нові ідеї, які відповідають потребам споживачів і тенденціям ринку. Ефективне управління підприємницькою діяльністю за допомогою креативності дозволяє знаходити нові джерела доходів, оптимізувати управлінські процеси та підвищувати конкурентоспроможність бізнесу.

Для успішної реалізації концепцій креативного управління підприємства мають створювати сприятливі умови для генерування та впровадження інноваційних ідей. Це передбачає ефективне управління ресурсами, розвиток гнучких бізнес-процесів, впровадження сучасних технологій та розвиток підприємницького мислення працівників. Креативне управління стає основою для створення довгострокових стратегій, які дають змогу не лише адаптуватися до змін, а й активно їх ініціювати, забезпечуючи стійкий розвиток бізнесу.

Важливість питань, що розглядають у межах цієї навчальної дисципліни, полягає в необхідності формування знань та вмінь, які дозволяють застосовувати креативні методи в підприємницькій діяльності для ефективного управління, створення інноваційних продуктів і послуг, розвитку організаційної культури та підвищення конкурентоспроможності підприємства. Основою викладання дисципліни є лекційні, практичні заняття й семінари, на яких здобувачі вищої освіти опановують основи креативного управління та набувають практичних навичок застосування творчих підходів у бізнес-середовищі.

Освітній процес також включає самостійну роботу здобувачів вищої освіти, яка базується на рекомендованій літературі, конспектах лекцій та виконанні завдань, наданих викладачем. Для поглиблення знань проводять семінарські та практичні заняття, які допомагають не лише закріпити теоретичні знання, але й здобути практичний досвід із розроблення та реалізації креативних рішень у підприємницькій діяльності. Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна, визначено в табл. 1.

Компетентності та результати навчання за дисципліною

Компетентності	Результати навчання
Здатність до визначення основ підприємницької діяльності	Використовувати базові знання з історії розвитку та організації підприємницької діяльності
Вміння визначати особливості організаційно-правових форм підприємництва	Використовувати базові знання з особливостей організації та відкриття різних організаційно-правових форм, видів підприємництва
Здатність до формування соціального підприємництва	Використовувати базові знання з особливостей становлення соціального підприємництва
Здатність використовувати в процесі підприємницької діяльності креативні методи управління	Використовувати базові знання з креативності при організації підприємницької діяльності
Здатність до формування креативного середовища на підприємстві	Використовувати знання з особливостей формування креативного середовища для прийняття управлінських рішень
Здатність до визначення ризиків підприємницької діяльності	Використовувати базові знання з визначення та оцінки ризиків підприємницької діяльності в умовах сучасного розвитку

Плани практичних (семінарських) занять

Практичні заняття присвячено застосуванню теоретичних знань у реальних або наближених до реальних умовах. Вони передбачають аналіз кейсів, розв'язання бізнес-задач, моделювання ситуацій, групові дискусії та презентації. Мета практичних занять – розвинути в здобувачів вищої освіти навички ухвалення рішень, стратегічного мислення, командної роботи та ефективної комунікації.

Семінарські заняття передбачають закріплення знань, здобутих на лекціях і в процесі самостійного вивчення деяких питань навчальної дисципліни. Основна мета семінарського заняття – розширення, поглиблення та закріплення теоретичних знань і спрямування їх на підвищення рівня засвоєння навчального матеріалу, розвиток умінь та навичок, наукового мислення й усного мовлення здобувачів вищої освіти.

Тема 1. Сутність і законодавчі основи підприємницької діяльності

Методичні рекомендації до практичного (семінарського) заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно розглянути такі питання: поняття підприємницької діяльності; визначення та сутність підприємництва, підприємництво як особлива економічна категорія, суб'єкти підприємницької діяльності; об'єкт, суб'єкт і мета підприємницької діяльності; визначення функцій та принципів підприємницької діяльності; історія виникнення та розвитку підприємницької діяльності; історія виникнення підприємництва; етапи розвитку підприємницької діяльності, внесок українських вчених в розвиток підприємництва; методи пошуку підприємницької ідеї; метод фокального об'єкту, метод аналогії; законодавча база України щодо підприємницької діяльності; Конституція України, законодавче забезпечення підприємницької діяльності.

План практичного заняття

1. Особливості підприємницької діяльності в сучасних умовах.
2. Основні ознаки підприємництва.
3. Огляд законодавчих основ підприємницької діяльності (наприклад, основні закони та нормативно-правові акти у вашій країні).

Ситуаційні завдання

Завдання 1

Як змінювалися визначення понять "підприємець", "підприємництво" в контексті історичної еволюції? Побудуйте хронологічну схему історичного розвитку поняття "підприємництво".

Завдання 2

Дискусія на тему "Еволюція розвитку підприємництва та його ролі в сучасному суспільстві". Визначте роль підприємництва в становленні сучасного суспільства. Проаналізуйте зміст основних ідей, що характеризують етапи еволюційного розвитку підприємництва, а саме:

- 1) під час неолітичної революції;
- 2) під час промислової революції;
- 3) у часи другої промислової (технологічної) революції;
- 4) у період науково-технічної революції.

Завдання 3

Визначте, до якого виду (виробниче, комерційне, фінансове, посередницьке) належать такі підприємства України:

1. Страхова компанія "Аска" –
2. Мережа супермаркетів "Фуршет" –
3. Кондитерське підприємство "Рошен" –
4. Агентство з продажу нерухомості "Атлант" –
5. Ресторан швидкого харчування "МакДональдз" –
6. Приватне агентство з працевлаштування –
7. Будівельна компанія "Київбуд" –
8. Фондова біржа –
9. Салон-перукарня –
10. Приватний стоматологічний кабінет "Дент-хелп" –

Завдання 4

Громадянин України Верін І. А. здійснює на власний ризик самостійну, систематичну діяльність щодо надання посередницьких послуг із метою отримання прибутку.

Чи є Верін І. А. суб'єктом господарського права? Обґрунтуйте свою відповідь, посилаючись на відповідні положення чинного законодавства України.

Завдання 5

Розкрийте принципову схему фінансово-кредитного підприємництва. Що дає людям купівля та продаж грошових коштів? Яким чином фінансовий підприємець отримує прибуток і за чий рахунок цей прибуток виникає?

Завдання 6

За основними функціями підприємництва побудуйте поетапну схему ваших дій як майбутнього підприємця.

Завдання 7

Якими якостями має володіти підприємець? Чи кожна людина може бути підприємцем? Що є метою бізнесу? Обґрунтуйте вашу думку.

Завдання 8

Про посередництво дуже часто говорять як про непотрібний та шкідливий вид підприємницької діяльності. Чи можете ви погодитися з таким твердженням? Яку роль відіграють посередники в бізнесі? Чи вважаєте ви правомірним зараховувати посередництво до бізнес-послуг? Доповніть фразу: "Посередник – це особа, яка стоїть між ... та ...".

Завдання 9

На якій підставі страхову діяльність можна назвати підприємницькою? Поясніть, яким чином підприємці, які здійснюють страхову діяльність, отримують прибуток? За який рахунок він виникає? Чи ризикує страхова компанія?

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над темою "Сутність і законодавчі основи підприємницької діяльності" потрібно звернути особливу увагу на вивчення таких питань: поняття та основні характеристики підприємницької діяльності, ключові види підприємництва та їхні особливості; основні нормативно-правові акти, що регулюють підприємницьку діяльність у вашій країні; права й обов'язки підприємців відповідно чинного законодавства; етапи реєстрації підприємства з урахуванням необхідних вимог та процедури, вплив законодавчих норм на ведення бізнесу; приклади успішних підприємств, які дотримуються законодавчих вимог і етично

проводять свою діяльність. Окрім цього, важливо проаналізувати труднощі, що можуть виникати в підприємницькій діяльності через законодавчі обмеження, і розглянути потенційні шляхи вдосконалення нормативної бази для підтримання бізнесу.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Чи потрібні обмеження підприємницької діяльності в умовах сучасної економіки? Якщо так, то які?
2. Назвіть коло осіб, яким заборонено займатися підприємницькою діяльністю.
3. Якою є роль бізнесу в сучасній економіці? Сформулюйте за пунктами.
4. У чому полягає сутність новаторської та організаційної функцій підприємництва?
5. У чому полягають господарська та соціальна функції підприємництва?
6. Хто може і хто не може бути суб'єктом підприємницької діяльності в Україні?
7. Назвіть рушійні сили розвитку підприємництва.

Рекомендована література: основна [4; 5]; додаткова [15 – 17].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що таке підприємницька діяльність і які її основні ознаки?
2. Які види підприємницької діяльності ви можете назвати?
3. Які права та обов'язки має підприємець відповідно до законодавства вашої країни?
4. Які основні нормативно-правові акти регулюють підприємницьку діяльність?
5. Якою є процедура реєстрації підприємства?
6. Яким чином законодавство впливає на конкурентоспроможність підприємства?
7. Які переваги дотримання законодавчих вимог у підприємстві?
8. Які ризики можуть виникати через недотримання законодавства?
9. Чим відрізняється державне регулювання підприємницької діяльності у вашій країні від інших країн?

10. Як законодавчу базу може бути вдосконалено для підтримання малого і середнього бізнесу?

11. Термін "підприємництво" увів у практику:

- а) французький економіст Т. Пікетті;
- б) англійський економіст А. Сміт;
- в) французький філософ М. Монтень;
- г) англійський економіст Р. Кантільйон.

12. Термін "підприємництво" є словом, що походить із:

- а) англійської мови;
- б) іврити;
- в) французької мови;
- г) німецької мови.

13. Обов'язковими ознаками підприємництва, згідно з його визначенням, є:

- а) економічно вигідна діяльність, корисна для суспільства;
- б) створення суспільне необхідних продуктів і товарів;
- в) задоволення потреб суспільства в матеріальних цінностях;
- г) ініціативна самостійна діяльність із метою отримання прибутку.

14. Чи правильним є твердження, що "підприємництво – це систематична економічна діяльність, націлена на отримання прибутку":

- а) так;
- б) ні;
- в) тільки в умовах розвинутої ринкової економіки;
- г) не можу відповісти.

15. Суб'єкт підприємництва – це:

а) громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності; юридичні особи всіх форм власності;

- б) те, на що націлене підприємництво;
- в) один із засновників підприємства;
- г) службовець, який контролює підприємницьку діяльність.

16. Однією з основних суспільних умов існування підприємництва є:

- а) наявність вільних грошових коштів (капіталу) у населення;
- б) економічна свобода та рівні можливості всіх громадян;
- в) наявність основних та оборотних засобів;
- г) наявність відповідної урядової програми регулювання і стимулювання підприємництва.

17. Основними видами підприємництва є:

- а) посередницьке, страхове, виробниче, комерційне, фінансове;
- б) виробничо-реалізаційне, фінансово-кредитне, транспортне, будівельне, сфери сервісу та послуг;
- в) класичне, інноваційне, венчурне, виробниче, страхове, сервісне;
- г) усі зазначені.

18. Легальне підприємництво – це:

а) підприємництво, що функціонує відповідно до закону, а незначні порушення законодавства є прагненням не брати до уваги нераціональні вимоги;

б) підприємництво, що виконує основні вимоги закону, однак використовує недосконалість, суперечливість законодавчої бази, колізії законів тощо;

в) підприємництво, що виконує всі вимоги закону, за винятком тих, на порушення яких має дозвіл органів влади або самоуправління;

г) підприємництво, що функціонує в повній відповідності до закону.

19. "Підприємництво" і "бізнес" – це:

а) тотожні за змістом і суттю поняття;

б) "бізнес" – поняття дещо ширше від поняття "підприємництво";

в) "підприємництво" – поняття дещо ширше від поняття "бізнес";

г) у західних країнах – "бізнес", в Україні – "підприємництво".

20. Підприємець – це:

а) менеджер підприємства;

б) власник підприємства, який безпосередньо не бере участі в управлінні ним;

в) власник підприємства (або власної справи), який здійснює управління ним (нею);

г) керівник найвищого рангу.

21. Відповідно до чинного законодавства підприємництво – це діяльність:

а) самостійна;

б) планована;

в) самостійна на власний ризик;

г) спрямована на отримання значного доходу.

22. Метою підприємництва є:

а) виконання місії підприємства;

б) одержання прибутку;

- в) реалізація ідей підприємця;
- г) задоволення потреб споживача.

23. Які особи не можуть займатись підприємництвом:

- а) юридичні особи всіх форм власності;
- б) фермери;
- в) військовослужбовці;
- г) громадяни без громадянства?

24. Підприємець – це:

- а) людина, яка діє в умовах ринку;
- б) особа, яка несе відповідальність за підприємницьку справу;
- в) новатор, який розробляє нові технології;
- г) енергійна, ініціативна людина, яка діє в умовах поміркованого ризику.

Тема 2. Організаційно-правові форми та види підприємництва. Соціальне підприємництво: основні тенденції розвитку в сучасних умовах

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно розглянути такі питання: організаційно-правові форми підприємництва, їхні особливості, переваги та недоліки залежно від масштабів та цілей бізнесу; основні види підприємництва в сучасній економіці та їх практичне застосування; сутність і значення соціального підприємництва як інструменту розв'язання соціальних проблем, його місія, джерела фінансування та підтримка; ключові тенденції розвитку соціального підприємництва, зокрема посилення ролі технологій, підтримка з боку держави та міжнародних програм.

Завдання 1

Командитне товариство, що складається з одного повного учасника і трьох вкладників, які мають рівні частки, визнано банкрутом. Ліквідаційна комісія виявила, що борги товариства на 450 тис. грн перевищують його майнову базу навіть після вжиття заходів щодо стягнення кредиторської заборгованості. При цьому з'ясували, що вкладники лише на 25 % сплатили свої вклади до статутного фонду, розмір якого відповідно до установчого договору становить 36 тис. грн.

1. Яким є розмір вкладів (і часток у статутному фонді) повного учасника і вкладників?
2. У якому розмірі кожний із них нестиме майнову відповідальність за борги товариства?
3. Якою буде відповідальність вкладників – солідарною чи частковою?

Завдання 2

- Проаналізуйте модельний статут ТОВ. Дайте відповіді на питання:
- Як формується статутний капітал товариства?
- Які права має учасник товариства щодо його статутного капіталу?
- Який порядок вступу до товариства?
- Який порядок виходу з нього?
- Що таке дивіденди і як врегульовувано виплату дивідендів модельним статутом?
- Які органи управління має ТОВ і яка їх компетенція?
- Який порядок ухвалення рішень органами управління ТОВ?
- Що таке значні правочини та правочини, щодо яких є заінтересованість?

Завдання 3

Охарактеризуйте вид підприємницької діяльності, яким ви б хотіли займатися. Яку організаційно-правову форму краще вибрати для цього виду діяльності? Обґрунтуйте свою позицію, керуючись вимогами чинного законодавства і за допомогою аналізу установчих документів. Порівняйте вибраний вами установчий документ із статутом ТОВ.

Завдання 4

Перерахуйте переваги і недоліки ТОВ, ПП (приватне підприємство), ФОП, ТДВ (товариство з додатковою відповідальністю) та повного товариства.

Завдання 5

Статутом ТОВ "Допомога", засновниками якого є пенсіонер Петров В. А. та ветеран Великої вітчизняної війни Остапчук Б. В., передбачено такі види діяльності: торговельна діяльність, посередницька діяльність, виплата й доставка пенсій, маркетингові послуги, грошова допомога мало-

забезпеченим громадянам, надання всіх видів рекламних послуг, постачання природного та скрапленого газу, надання туристичних послуг, виробництво, передача і постачання електроенергії.

Чи всі з перерахованих видів діяльності може здійснювати зазначене ТОВ? Відповідаючи на це питання, знайдіть посилання на відповідні положення чинного законодавства України.

Завдання 6

Складіть таблицю особливостей створення та діяльності різних організаційно-правових форм підприємств, за формою табл. 2.

Таблиця 2

Особливості організаційно-правових форм підприємств

№ з/п	Організаційно-правові форми підприємств	Хто створює?	Як утворюється майно підприємства?	Хто є власником?	Хто управляє (орган управління)?	Як розподіляють відповідальність
1	Одноосібне					
2	Повне товариство					
3	Командитне товариство					
4	Товариство з додатковою відповідальністю					
5	Товариство з обмеженою відповідальністю					
6	Акціонерне товариство					

Завдання 7

Укажіть, яким видам товариств в Україні притаманні такі види відповідальності (табл. 3).

Характеристика товариств

№ з/п	Види відповідальності	Види товариств
1	Засновники несуть різну відповідальність: деякі відповідають усім своїм майном, деякі – тільки в межах власного внеску в підприємство	
2	Засновники несуть відповідальність усім своїм майном	
3	Засновники несуть відповідальність власним майном, а в разі його недостатності – додаткову солідарну відповідальність	
4	Засновники беруть участь у роботі підприємства і несуть відповідальність своїм внеском і часткою свого особистого майна в розмірі не менш ніж один річний зарібок	
5	Засновники несуть відповідальність за результати діяльності в межах свого внеску в підприємство	

Завдання 8

Ви хочете вступити в повне товариство, яке працює три роки, але не бажаєте відповідати за його боргами, які вже є. Чи достатньо для реалізації вашого бажання отримати згоду на ваші умови всіх учасників цього повного товариства?

Завдання 9**Види й ознаки компаній**

У табл. 4 наведено форми і види компаній, а також основні ознаки компаній. У малих групах обговоріть і встановіть відповідність між формами та ознаками компаній. Заповніть таблицю, поставивши знак "X" у вибраних графах. Поміркуйте, які ознаки компанії мають найбільший вплив на підприємця.

Відповідність між формами компаній та їх ознаками

Ознаки	Цивільне товариство	Відкрите товариство	Партнерське товариство	Командитне товариство	ТОВ	Акціонерне товариство
Діє, ґрунтуючись на Цивільному кодексі України						
Діє, ґрунтуючись на кодексі торгових спілок						
Має правоздатність						
Має приватний характер						
Має грошовий характер						
Партнери відповідають за борги компанії своїм майном						
Партнери відповідають за борги компанії залежно від розміру вкладу						
Закон передбачає мінімальне капіталовкладення						
Угода товариства вимагає нотаріального акта						
Угода товариства вимагає письмової форми під загрозою недійсності						
Має власні органи						
Може бути утворено особами, які займаються вільною професією						

Завдання 10

Аналіз зарубіжного досвіду соціального підприємництва (робота в малих групах)

Викладач розподіляє здобувачів вищої освіти на групи по 3 – 5 осіб, які отримують країну для дослідження розвитку соціального підприємництва. Мета дослідження – вивчити 5 – 10 успішних прикладів соціального підприємництва в країні, проаналізувати їх, виділити спільні закономірності соціального підприємництва в досліджуваному регіоні, особливості та секрети успіху і підготувати презентацію від групи на тему: "Що варто знати про соціальне підприємництво країни X соціальному підприємцю в Україні".

Після презентації результатів роботи здобувачі вищої освіти мають обміркувати та виокремити особливості розвитку соціального підприємництва в різних країнах, побачити спільні та відмінні риси між країнами (континентами); проаналізувати український досвід у глобальному контексті, підсумувати можливості та тенденції розвитку соціального підприємництва в Україні.

Завдання 11

Виберіть приклад вітчизняного соціального підприємства для дослідження та підготуйте коротку довідку про нього у формі доповіді з презентацією. Структура доповіді: назва організації, країна та вік; історія створення; напрями діяльності, перелік товарів та послуг; модель соціального підприємництва; місія організації та соціальний вплив; унікальна ціннісна пропозиція; джерело надходжень, модель перерозподілу прибутку.

Під час заняття здобувачі вищої освіти об'єднуються в групи по 6 – 7 осіб за регіонами розташування підприємств, презентують свої напрацювання та обговорюють підприємства з метою проаналізувати їх, виокремити спільні закономірності соціального підприємництва в досліджуваному регіоні, особливості та секрети успіху. На завершення кожна група презентує свої напрацювання.

Завдання 12

Кейс "Тепле місто"

Ознайомтеся з інформацією про соціальне підприємство "Платформа "Тепле місто"" (м. Івано-Франківськ), поданою в додатку А. Вивчаючи опис

цього підприємства, спробуйте визначити структурні елементи його бізнес-моделі, а саме:

1. Місія.
2. Ціннісна пропозиція.
3. Проблема.
4. Рішення.
5. Основна діяльність.
6. Ключові партнери.
7. Відносини.
8. Канали.
9. Цільова група.
10. Інші зацікавлені сторони (стейкхолдери).
11. Структура витрат.
12. Економічна стабільність.
13. Оцінювання.
14. Негативні зовнішні ефекти.
15. Позитивні зовнішні ефекти.

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над темою потрібно звернути особливу увагу на вивчення таких питань: основні організаційно-правові форми підприємництва, критерії їх вибору залежно від масштабів діяльності, правових вимог та податкового навантаження; порівняльна характеристика видів підприємництва з урахуванням сучасних економічних умов; змісті принципи соціального підприємництва, його відмінність від традиційного бізнесу, а також значення соціальної місії в діяльності підприємства; сучасні тенденції розвитку соціального підприємництва, зокрема впровадження інновацій, партнерство з громадськими організаціями, підтримка з боку держави та міжнародних фондів; роль цифрових технологій, соціальних мереж і онлайн-платформ у просуванні соціальних ініціатив; показники ефективності соціального підприємництва, зокрема соціальний вплив, стійкість і залучення цільової аудиторії; приклади успішних українських і міжнародних соціальних підприємств, їхні бізнес-моделі та стратегії довгострокового розвитку.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. У чому полягають відмінності між основними організаційно-правовими формами підприємництва? Які критерії впливають на вибір тієї чи іншої форми?
2. Які особливості соціального підприємництва вирізняють його серед інших видів підприємницької діяльності? Як воно поєднує соціальну місію з прибутковістю?
3. Які сучасні тенденції впливають на розвиток соціального підприємства в Україні та світі? Які приклади успішних соціальних підприємств це ілюструють?

Рекомендована література: основна [3; 4]; додаткова [8; 11].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Дайте визначення поняття "організаційно-правова форма господарювання".
2. Як співвідносяться поняття "організаційно-правова форма господарювання", "найменування юридичної особи", "назва юридичної особи"?
3. Назви яких юридичних осіб можуть містити назву юридичної особи?
4. Назви яких організацій можуть містити інформацію про засновника?
5. Дайте визначення поняття "суб'єкти господарювання".
6. Що розуміють під поняттям "господарська діяльність"?
7. Які є види господарської діяльності?
8. Наведіть класифікацію організаційно-правових форм господарювання.
9. Які є види підприємств?
10. Державну реєстрацію яких видів підприємств більше не передбачено чинним законодавством України?
11. Які є види господарських товариств?
12. Охарактеризуйте відмінності між такими видами організаційно-правових форм:
 - а) ФОП і ПП;
 - б) ТОВ і ПП;
 - в) ТОВ і ТДВ;
 - г) ТДВ, КТ і ПТ;
 - г') АО і АБ.

13. Яка різниця між державним підприємством і казенним підприємством?
14. Що таке холдингова компанія?
15. Які критерії впливають на вибір організаційно-правової форми господарювання і чому?
16. Охарактеризуйте таку організаційно-правову форму господарювання як підприємець – фізична особа. Які її особливості?
17. Що таке ТОВ, які його переваги та недоліки?
18. У яких випадках, на вашу думку, варто реєструвати юридичну особу, а в яких реєструватись як ФОП?
19. Що є установчим документом ФОП; ПП; ТОВ; ПТ; ТДВ; КТ?
20. Що таке модельний статут?
21. Визначте сутність соціального підприємництва.
22. Перелічіть головні ознаки соціального підприємництва.
23. Хто є суб'єктом соціального підприємництва?
24. Які є типи соціальної підприємницької діяльності? Які їхні відмінності?
25. Визначте основні організаційно-правові форми соціальної підприємницької діяльності й подайте їхню характеристику.
26. Проаналізуйте можливості, які відкриває франчайзинг для франчайзера та франчайзи.
27. Чи широко використовують практику франчайзингу в Україні?
28. Що таке малий бізнес і які його переваги та недоліки?
29. Які є види малого підприємництва?
30. Обґрунтуйте значення малого бізнесу в країнах із розвинутою ринковою економікою.
31. Джерела формування фінансових ресурсів підприємства.
32. Визначте особливості виникнення волонтерського руху у світі та в Україні.
33. Що ви розумієте під волонтерською діяльністю?
34. Охарактеризуйте розвиток благодійної діяльності в Україні.
35. Розкрийте сутність благодійних організацій України.
36. Нормативно-законодавче забезпечення благодійної діяльності в Україні.
37. Які є основні підходи до класифікації волонтерських груп?
38. Назвіть основні проблеми організаційного забезпечення діяльності волонтерських груп.

39. Розкрийте досвід створення та зміст діяльності міжнародних волонтерських організацій.
40. Подайте класифікацію джерел залучення фінансових ресурсів для старту та розвитку соціальних підприємств.
41. Перерахуйте інститути фінансування соціальних підприємств.
42. Розкрийте сутність і передумови соціального проектування.
43. Розкрийте значення соціальних інновацій у соціальному підприємстві.
44. Розкрийте сутність і класифікацію соціальних проєктів.
45. Охарактеризуйте життєвий цикл соціального проєкту.
46. Перерахуйте принципи та види соціальної діагностики під час реалізації соціальних проєктів.
47. Розкрийте вимоги до формулювання мети і завдань соціального проєкту.
48. Охарактеризуйте поняття управління проєктом.
49. Назвіть складові частини системи управління соціальними проєктами.
50. Охарактеризуйте методологію аналізу зацікавлених сторін соціального проєкту.
51. Розкрийте поняття та функції ризику в соціальному підприємстві.
52. Охарактеризуйте методологію управління ризиками в соціальному підприємстві.
53. Розкрийте поняття "соціальна цінність" у контексті соціального підприємництва.
54. Розкрийте етапи оцінювання результатів діяльності соціальних підприємств.
55. Що таке управління проєктами?
56. Чому потрібний менеджмент соціальних проєктів?
57. Які чинники середовища потрібно враховувати в процесі реалізації проєкту?
58. Охарактеризуйте складові частини проєктного менеджменту соціальних проєктів.

Тема 3. Сутність креативності та її значення для управління підприємницькою діяльністю

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення теми "Сутність креативності та її значення для управління підприємницькою діяльністю" важливо розглянути такі аспекти: визначення креативності як здатності до створення нових ідей та рішень, її основні характеристики, такі як гнучкість, оригінальність і асоціативне мислення; значення креативності для створення конкурентних переваг та інноваційних бізнес-моделей; методики стимулювання креативного мислення в корпоративному середовищі, зокрема "мозковий шторм" і метод шести капелюхів Едварда Де Боно; вплив культурного контексту на формування креативності й адаптацію підходів до творчості в умовах глобалізації; роль соціалізації та субкультур у розвитку креативності; формування міжнародного культурного капіталу як ресурсу для бізнесу, а також уніфікація творчих підходів через глобальні технології. Ці аспекти сприяють розумінню важливості креативності для ефективного управління підприємницькою діяльністю.

Завдання 1

Запропонуйте по три креативні ідеї для розроблення бізнес-проекту, використовуючи різні методи та технології креативного управління, які стимулюють творчу активність, наприклад:

1. Мозковий шторм (брейншторм). Методика групового пошуку ідеї або рішення, оснований на висловлюванні різних варіантів, зокрема найабсурдніших. У підсумку за допомогою спеціальної системи оцінювання із загальної маси ідей виділяють найбільш цікаві та перспективні.

2. Компас. На аркушах паперу учасники рисують компас, що символізує чотири сторони світу, і пишуть чотири питання, на які потрібно дати відповідь:

Що я люблю робити?

Чого я хочу навчитися?

Що я хочу змінити?

Що я вмію робити?

У процесі виконання завдання у учасників можуть з'явитись ідеї для майбутніх проектів.

3. Причини та рішення. Презентують "дерево проблеми", що складається з трьох частин (рис. 1).



Рис. 1. "Дерево проблеми": причини та рішення

Посередині – точно визначена проблема, верхня межа – причини її виникнення, нижня межа – можливі рішення (що ми можемо зробити із цією проблемою). Гілки можуть розростатися залежно від складності теми.

Завдання для учасників: створіть власне "дерево", основою якого є соціальна проблема, яка вас турбує.

Після завершення в спільному колі або в мінігрупах можна поділитися результатами та ідеями, які виникли. Це може наштовхнути інших на певні ідеї.

Завдання 2

Індивідуальна робота на тему "Креативні управлінські практики в підприємницькій діяльності", яку подають у формі демонстраційної презентації в PowerPoint (не менш ніж 7 – 8 слайдів).

Завдання 3

Доповідь мікрогрупи на тему "Ефективність креативної команди", (у складі до трьох здобувачів вищої освіти), яку подають у формі доповіді та демонстраційної презентації.

Завдання 4

Дебати в малих групах на тему "Креативність – ключовий фактор успіху в управлінні підприємницькою діяльністю". Розподіл здобувачів вищої освіти на три групи: команда "ЗА" – доводить, що креативність є головним чинником успішного бізнес-управління; команда "ПРОТИ" – доводить, що інші чинники (фінанси, досвід, стратегія тощо) мають більший вплив на успіх, ніж креативність; журі/експертна група – оцінює виступи та формулює висновки.

Ознайомлення з науковими джерелами (викладач надає статті або здобувачі вищої освіти шукають їх самостійно). Формування основних тез, аргументів, контраргументів. Підбір прикладів із реального бізнесу. Короткий аналіз сильних і слабких сторін кожної позиції. Висновки щодо ролі креативності в підприємстві.

Завдання 5

Напишіть коротке есе (1 – 1,5 сторінки) на тему "Чи є креативність вродженою якістю, чи її можна розвинути? Моя позиція в контексті підприємництва".

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над темою потрібно звернути особливу увагу на вивчення таких питань: визначення креативності та її ключових характеристик, таких як оригінальність, гнучкість і здатність до асоціативного мислення; роль креативності в підприємницькій діяльності, зокрема її вплив на створення інноваційних бізнес-моделей, продуктів та стратегій; методики стимулювання творчого мислення, які використовують у корпоративному середовищі, зокрема техніки мозкового штурму та морфологічного аналізу; значення культурного контексту у формуванні креативності, зокрема вплив національних і регіональних культурних особливостей на творчі процеси; вплив глобалізації та інтеграції культур на розвиток і обмін креативними ідеями; роль соціальних груп, таких як робочі колективи, спільноти інноваторів, а також субкультур у поширенні нових ідей; значення медіа й корпоративної комунікації в популяризації креативних рішень та їх утіленні в практику управління.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Як креативність впливає на процес ухвалення управлінських рішень та формування стратегій підприємства?

2. Які методики стимулювання креативного мислення може бути використано в корпоративному середовищі, і як вони сприяють розвитку інноваційності?

3. Як культурні особливості та глобалізація впливають на формування креативних підходів до управління підприємницькою діяльністю?

Рекомендована література: основна [4]; додаткова [17; 20].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що таке креативність і які її ключові характеристики?
2. Як креативність впливає на процес ухвалення управлінських рішень?
3. Які є основні методи стимулювання креативного мислення?
4. Як мозковий штурм сприяє розвитку креативності?
5. У чому полягає роль креативності у створенні інноваційних бізнес-моделей?
6. Як корпоративна культура може сприяти розвитку креативності?
7. Які чинники можуть гальмувати розвиток креативного мислення в колективі?
8. Як глобалізація впливає на формування креативності в управлінні?
9. Чому міжкультурний обмін є важливим для розвитку креативного підходу?
10. Як субкультури впливають на поширення інноваційних ідей?
11. Яка роль лідера в підтриманні креативності в організації?
12. Як оцінити рівень креативності в колективі?
13. Чому креативність є важливою для підприємницької адаптації до змін?
14. Як асоціативне мислення сприяє генеруванню нових ідей?
15. Яке значення має культурний контекст у розвитку креативності?
16. Як національні традиції впливають на формування креативних підходів?
17. Які сучасні технології допомагають стимулювати креативність?
18. Як медіа та реклама впливають на популяризацію креативних ідей?
19. У чому полягають переваги використання креативності у стратегічному плануванні підприємства?
20. Яким чином креативність сприяє створенню конкурентних переваг на ринку?

Тема 4. Методи активізації творчого мислення в управлінні

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно розглянути такі питання: поняття творчого мислення та його роль у сучасному управлінні, основні методи активізації творчого мислення, такі як мозковий штурм, метод шести капелюхів Едварда Де Боно, морфологічний аналіз і синектика; вплив творчого мислення на розроблення управлінських рішень та інноваційних стратегій; роль лідера в стимулюванні креативності: лідери задають напрям розвитку творчого мислення в колективі через власний приклад і створення сприятливого середовища; комунікація ідей: важливість обміну думками і розроблення командного підходу до творчих рішень; інтеграція методів активізації творчого мислення в планування і стратегічний розвиток організації; аналіз результативності використання методів активізації мислення: оцінювання їх впливу на ефективність рішень та інновацій в управлінні.

Завдання 1

Перешкоди впровадження концепції управління творчістю в організації

У табл. 5 наведено стереотипи керівництва, що перешкоджають впровадженню концепції управління творчістю. Запропонуйте організаційні заходи подолання цих перешкод.

Таблиця 5

Перешкоди впровадження концепції управління творчістю

Стереотипи керівництва	Заходи подолання
Стереотип "незамінних кадрів не буває"	
Стереотип "давати таланти, а не вирощувати" – керівникові не подобається бути залежним від талановитого співробітника	
Неготовність брати відповідальність за заміну середньостатистичного співробітника на потенційно талановитого	
Неможливість побачити позитивний ефект від ефективного управління творчістю одразу – для того, щоб побачити результат потрібно чекати щонайменше 1,5 – 2 роки	

Завдання 2

Нещодавно в місті відкрився новий супермаркет. Відповідно, репутації він ще не здобув. Стається неприємний випадок: до адміністратора супермаркету привселюдно голосно звертається жінка з претензією, що фарш, який вона купила дві години тому в цьому супермаркеті, зіпсований. Товарний чек у жінки є.

Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна розв'язати ситуацію? Ухваліть управлінське рішення, уявивши себе на місці адміністратора супермаркету.

Завдання 3

Уявіть себе директором спортивного магазину. У вас із минулого сезону залишився товар (спортивні костюми: жіночі та чоловічі). Повернути цей товар постачальникам ви не можете.

Які ваші дії, щоб якнайшвидше продати товар? Можливо, знизити ціну і давати подарунок кожному покупцю костюмів (наприклад, шкарпетки чи недорогі футболки)? Чи залишити все без змін і чекати, коли костюми буде продано? Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна розв'язати ситуацію? Як повернути вкладені в спортивні костюми кошти?

Завдання 4

У місті працює значна кількість дитячих магазинів. Є потужна мережа дитячих супермаркетів, таких як "Антошка", "Дитячий світ". Ви відкриваєте новий дитячий магазин середнього розміру.

Як ви зацікавите клієнтів? Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна це зробити? Поміркуйте над новими креативними ідеями.

Завдання 5

Робота в малих групах (3 – 5 осіб) з елементами практичного моделювання управлінських ситуацій. Коротко ознайомтеся з основними методами стимулювання творчого мислення, а саме:

метод мозкового штурму;

метод синектики;

метод шести капелюхів Едварда де Боно;

метод SCAMPER;

метод Дельфі;
морфологічний аналіз.

Виберіть один із методів активізації творчого мислення (або отримайте його за жеребкуванням). Протягом 20 хв використайте вибраний метод, щоб згенерувати мінімум п'ять нестандартних управлінських рішень.

Кейс 1. У компанії після переходу на дистанційну форму роботи спостерігають падіння мотивації співробітників, зниження залученості та ініціативності. Як можна нестандартно змінити ситуацію?

Кейс 2. Компанія вивела на ринок нову послугу, однак продаж виявився значно нижчим за очікування. Як творчо переосмислити її позиціонування або функціонал?

Кейс 3. У компанії зростає кількість конфліктів між командами маркетингу та продажу. Їхні дії є непогодженими, виникає суперництво. Як нестандартно побудувати міжвідділову синергію?

Кейс 4. Молоді співробітники звільняються після 6 – 12 місяців роботи. Стандартні методи утримання не працюють. Як креативно змінити підхід до адаптації та розвитку молодих кадрів?

Кейс 5. Співробітники не ініціюють нових ідей, навіть коли є така можливість. Програма "Відкриті інновації" не дає результатів. Як активізувати креативне мислення в команді?

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над темою потрібно звернути особливу увагу на вивчення таких питань: поняття творчого мислення та його значення для управління; основні методи активізації творчого мислення, такі як мозковий штурм, метод шести капелюхів, морфологічний аналіз і метод синектики; роль лідера у створенні сприятливого середовища для розвитку творчого мислення; вплив культури організації на розвиток креативності в колективі; інтеграція методів творчого мислення в процес ухвалення управлінських рішень.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Які основні методи активізації творчого мислення використовують в управлінні? У чому полягають їхні особливості?

2. Як мозковий штурм сприяє генерації інноваційних ідей? Які принципи його проведення?

3. У чому полягає суть методу шести капелюхів Едварда де Боно? Як його можна застосувати для виконання управлінських завдань?

4. Як культурні особливості організації можуть впливати на ефективність творчого мислення?

5. Чому інтеграція методів активізації творчого мислення у стратегічне планування є важливою для успішного управління?

6. Яким чином лідер може стимулювати творчість у команді? Які є практичні інструменти для цього?

Література: основна [2 – 4]; додаткова [6; 15; 16].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що таке творчість у контексті управління?
2. Які основні характеристики творчого мислення?
3. Який метод активізації мислення передбачає використання різних стилів мислення для аналізу проблеми?
4. У чому полягає сутність методу мозкового штурму?
5. Які основні етапи проведення мозкового штурму?
6. Як морфологічний аналіз сприяє виконанню управлінських завдань?
7. Яка роль методу синектики в генерації нових ідей?
8. Що передбачає метод шести капелюхів Едварда де Боно?
9. Як творчі методи можуть впливати на розроблення інноваційних стратегій на підприємстві?
10. У чому полягає значення культури організації для розвитку творчого мислення в колективі?
11. Яку роль відіграє лідер у стимулюванні креативності співробітників?
12. Як можна оцінити результативність використання творчих методів в управлінні?
13. Які переваги інтеграції творчих методів у процес ухвалення рішень?
14. Як глобалізація впливає на розвиток творчих підходів в управлінні?
15. Чому важливо створювати сприятливе середовище для творчості в організації?

Тема 5. Формування креативного середовища на підприємстві для прийняття управлінських рішень

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно дослідити основи формування креативного середовища на підприємстві, проаналізувати основні чинники, які впливають на розвиток творчої атмосфери, а також розробити рекомендації щодо впровадження інструментів для стимулювання креативності в управлінських процесах. Особливу увагу слід звернути на роль лідера у створенні креативного середовища, вплив корпоративної культури на креативність співробітників, а також інтеграцію методів творчого мислення в процес ухвалення стратегічних рішень.

Завдання 1

Аналіз бар'єрів креативності в організації

Головні бар'єри креативності в організації перебувають у сфері ресурсів, професійних навичок, стилю лідерства та культури. Систематичний аналіз чинників, що гальмують вияви креативності в організації, дозволяє розробити способи мінімізації їхньої дії або повного усунення. Аналіз бар'єрів можна виконати, скориставшись табл. 6.

Завдання:

1. Визначте три бар'єри, які є домінуючими на знайомому вам підприємстві.
2. Запропонуйте заходи щодо мінімізації цих бар'єрів і обґрунтуйте своє рішення.

Таблиця 6

Оцінювання бар'єрів креативності в організації

Бар'єри креативності	Питома вага, %	Вияви дії бар'єра	Можливі способи нейтралізації бар'єра	Вибраний спосіб
1	2	3	4	5
Відсутність звички до обміну інформацією				

1	2	3	4	5
Відсутність достатньої довіри				
Відсутність ефективних комунікацій				
Неадекватний стиль керівництва				
Відсутність досвіду спільної творчої діяльності				
Конформізм				
Уникнення конфліктів будь-якою ціною				
Занадто сильний дух колективізму				
Низька мотивація до генерування ідей				

Завдання 2

Опишіть відомі вам чинники впливу на підвищення креативності під час ухвалення управлінських рішень.

Завдання 3

Поясніть, у чому полягає психологічна підготовка трудового колективу до впровадження креативних управлінських аспектів.

Завдання 4

Підготуйте мінідоповідь і презентацію (5 – 7 слайдів) на тему "Власна креативна думка, яка є поштовхом для розвитку підприємницької діяльності".

Завдання 5

Робота в малих групах (3 – 4 особи) з елементами аналізу прикладів використання нейро-лінгвістичного програмування (НЛП) у бізнесі, симуляції реальних управлінських ситуацій та обговорення поведінкових патернів.

Здобувачі вищої освіти в малих групах мають:

1. Ознайомитися з техніками НЛП (10 – 15 хв). Кожна група вибирає (або отримує) одну з базових технік НЛП: рапорт, анкоринг, рефреймінг, swish pattern, meta-модель, milton-модель.
2. Знайти або придумати приклад використання техніки НЛП у підприємницькому контексті, наприклад:
 - у рекламі (мовні конструкції, образи, маніпуляція увагою);
 - у переговорах (побудова довіри, управління опором);
 - в управлінні персоналом (мотиваційні бесіди, коучинг);
 - у продажу (якорі, вплив через формулювання).
3. Створити коротку сценку (1 – 3 хв) – рольову модель бізнес-ситуації, у якій вибрану техніку використовують для досягнення результату.
4. Обговорити, які мовні або поведінкові шаблони (патерни) застосовують у НЛП для впливу на іншу сторону.

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над темою потрібно звернути особливу увагу на вивчення таких питань: поняття креативного середовища та його вплив на управлінські рішення; ключові чинники формування творчої атмосфери в команді; роль корпоративної культури в стимулюванні креативності працівників; упровадження інноваційних методів для підтримання креативного середовища, таких як цифрові платформи, інструменти співпраці та технології штучного інтелекту; значення лідерства в розвитку творчого мислення в організації, зокрема вплив стилю управління на стимулювання творчих ідей; глобальні тренди у формуванні креативного середовища, адаптація інноваційних підходів до різних культурних контекстів та врахування особливостей міжнародного співробітництва.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Які основні чинники впливають на формування креативного середовища в організації?
2. Як корпоративна культура сприяє розвитку творчої атмосфери в колективі?
3. Яка роль лідера у створенні та підтриманні креативного середовища?

4. Як інноваційні технології може бути використано для стимулювання креативності в ухваленні управлінських рішень?

5. Які глобальні тренди впливають на формування креативного середовища на сучасних підприємствах?

Рекомендована література: основна [1 – 3]; додаткова [9; 12; 17].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що означає термін "креативне середовище"?

2. Які основні чинники впливають на формування креативного середовища?

3. Чому корпоративна культура є важливим елементом у стимулюванні креативності?

4. Яка роль лідера у створенні креативного середовища?

5. Як можна оцінити рівень креативності в організації?

6. Які інструменти використовують для стимулювання творчого мислення в колективі?

7. Як корпоративна культура впливає на ухвалення управлінських рішень?

8. У чому полягає значення командної роботи для розвитку креативного середовища?

9. Як інноваційні технології сприяють формуванню творчої атмосфери в компанії?

10. Які методи активізації творчого мислення можна інтегрувати в процес управління?

11. Що таке креативне лідерство і як воно впливає на формування середовища?

12. Як субкультури можуть впливати на розвиток креативності?

13. У чому полягають переваги використання цифрових інструментів для підтримання креативності?

14. Як національні та регіональні особливості впливають на розвиток творчої атмосфери?

15. Що означає глобальне креативне середовище?

16. Чому важливо брати до уваги культурні контексти під час формування креативного середовища?

17. Як стиль управління може вплинути на розвиток творчості серед співробітників?

18. У чому полягає значення стимулювання креативності для ухвалення стратегічних рішень?

19. Як аналіз наявної корпоративної культури може допомогти у формуванні креативного середовища?

20. Які підходи можна використовувати для довгострокового підтримання творчої атмосфери в організації?

Тема 6. Основи використання інтелектуальної власності як результату креативної діяльності

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно розглядати такі питання: поняття інтелектуальної власності (ІВ), її види та основні характеристики; роль інтелектуальної власності в сучасній економіці знань і підприємницькій діяльності; процес створення та реєстрації об'єктів інтелектуальної власності, таких як авторське право, патенти, торговельні марки та промислові зразки; стратегічні підходи до управління інтелектуальною власністю на підприємстві, зокрема монетизація творчих напрацювань; права охорона й захист інтелектуальної власності на національному та міжнародному рівнях; використання інструментів інтелектуальної власності як засобу комерціалізації інновацій і забезпечення конкурентних переваг; аналіз впливу сучасних технологій та цифрових платформ на розвиток і захист інтелектуальної власності.

Завдання 1

Напишіть есе на тему "Використання інтелектуальної власності в моїй майбутній професійній діяльності".

Завдання 2

Складіть схему співвідношення таких понять: "інтелектуальна власність", "об'єкт права інтелектуальної власності", "об'єктивне право інтелектуальної власності" та "суб'єктивне право інтелектуальної власності".

Завдання 3

Які функції Всесвітньої організації інтелектуальної власності вам відомі? Який вплив вони мають на креативність підприємницької діяльності?

Завдання 4

Виберіть один приклад креативного продукту (реальний або вигаданий), наприклад: новий логотип або бренд, авторський відеоролик або дизайн, ІТ-рішення (додаток, програма), унікальний товарний вигляд продукції, слоган, рекламна кампанія, музичний трек або елемент гри.

Проаналізуйте:

Який вид інтелектуальної власності це охоплює?

Як його можна захистити юридично?

Які є ризики його незаконного використання?

Яким чином його можна комерціалізувати?

Результати подайте у формі демонстраційного матеріалу з назвою та коротким описом креативного продукту. Назвіть види ІВ, що до нього застосовують, стратегії захисту та монетизації. Наведіть висновки щодо важливості ІВ у сучасному бізнесі.

Методичні рекомендації до самостійної роботи

Для більш поглибленого вивчення теми інтелектуальної власності доцільно звернути увагу на такі питання: поняття та види інтелектуальної власності, зокрема авторське право, патенти, торговельні марки та промислові зразки, а також їх значення у сучасній креативній діяльності; процес створення, реєстрації та захисту об'єктів інтелектуальної власності, у тому числі особливості правової охорони на національному та міжнародному рівнях; комерціалізація інтелектуальної власності: використання творчих напрацювань для отримання економічних вигод і підвищення конкурентоспроможності підприємств; вплив сучасних технологій, таких як штучний інтелект, цифрові платформи та блокчейн, на розвиток, захист і використання інтелектуальної власності; етичні аспекти інтелектуальної власності: важливість дотримання етичних норм у створенні та використанні об'єктів творчої діяльності, зокрема в глобальному контексті.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Які основні відмінності між різними видами інтелектуальної власності (авторське право, патенти, торговельні марки)?
2. Як відбувається процес реєстрації об'єктів інтелектуальної власності в Україні та на міжнародному рівні?

3. У чому полягає значення інтелектуальної власності для комерціалізації інновацій у креативній діяльності?

4. Які сучасні цифрові технології допомагають поліпшити захист і монетизацію об'єктів інтелектуальної власності?

5. Як етичні аспекти впливають на використання інтелектуальної власності в глобальному середовищі?

Запитання для самоконтролю

1. Що таке інтелектуальна власність? Які є її основні види?

2. Яке значення має інтелектуальна власність у креативній діяльності?

3. У чому полягає процес створення об'єктів інтелектуальної власності?

4. Які є етапи реєстрації інтелектуальної власності?

5. Які особливості правової охорони об'єктів інтелектуальної власності в Україні?

6. У чому полягають основи міжнародної охорони інтелектуальної власності?

7. Як цифрові технології впливають на використання і захист інтелектуальної власності?

8. Що таке комерціалізація інтелектуальної власності? Як її здійснюють?

9. Які переваги може надати підприємству використання патентів?

10. У чому полягає різниця між авторським правом і торговельною маркою?

11. Як штучний інтелект може бути використано для створення об'єктів інтелектуальної власності?

12. Які є ризики порушення прав інтелектуальної власності? Як їх уникнути?

13. Як етичні аспекти впливають на використання інтелектуальної власності в глобальному контексті?

14. У чому полягає роль інтелектуальної власності в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства?

15. Яке значення має монетизація творчих напрацювань для розвитку бізнесу?

Тема 7. Основні ризики підприємницької діяльності в сучасних умовах

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно розглянути такі питання: поняття та види підприємницьких ризиків, зокрема фінансових, операційних, правових, екологічних і репутаційних; основні чинники, що збільшують ризики в сучасному бізнес-середовищі, зокрема вплив глобалізації, цифровізації, економічних криз та нестабільності ринків; методи ідентифікації й аналізу підприємницьких ризиків для оцінювання їхнього впливу на діяльність підприємства; розроблення ефективних стратегій управління ризиками, таких як мінімізація, диверсифікація, страхування та впровадження антикризових заходів; значення корпоративного управління в системі ризик-менеджменту для забезпечення стійкості бізнесу; правові аспекти управління ризиками, зокрема дотримання нормативних вимог та захист від юридичних загроз; роль сучасних технологій, таких як штучний інтелект, блокчейн і аналітичні системи, у передбаченні та зниженні бізнес-ризиків.

Завдання 1

Один із провідних спеціалістів підприємства "ABC" часто запізнюється на роботу на 15 – 20 хв. Бригадир зробив йому зауваження – не подіяло. Пізніше аналогічне зауваження зробив і начальник зміни. Проте спеціаліст продовжує запізнюватися. Цю ситуацію було доведено до відома керівника підприємства.

Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна розв'язати ситуацію? Ухваліть управлінське рішення, уявивши себе на місці керівника підприємства "ABC".

Завдання 2

На виробничому підприємстві "Імперія шкіри" затримали виплату заробітної плати на тиждень. Майстер дав завдання робітнику, на що той відповів: "Коли буде зарплата, тоді я буду виконувати ваше завдання". Майстер поскаржився керівнику.

Як має відреагувати керівник підприємства "Імперія шкіри"? Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна розв'язати ситуацію? Ухваліть управлінське рішення, уявивши себе на місці керівника.

Завдання 3

Побудуйте схему порівняння основних ризиків підприємницької діяльності.

Завдання 4

Ви – директор туристичної фірми "ДндзТур". Через халатність вашого бухгалтера (не було вчасно зроблено платіж) туристична група не може вилетіти, тому що керівництво аеропорту відмовляється надати літак без оплати.

Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна негайно розв'язати ситуацію, не втративши клієнтів? Ухваліть управлінське рішення, уявивши себе на місці директора "ДндзТур". Якими будуть ваші дії, щоб негайно виправити ситуацію і не втратити клієнтів?

Завдання 5

Ви працюєте на підприємстві, яке постачає імпортне вино в ресторани. Трьом ресторанам, які добре продавали вино, ви надали в тимчасове користування винні шафи (спеціальні холодильники для вина). Але в період кризи ці ресторани перестали продавати в достатній кількості. Вам потрібно забрати свої холодильники, щоб віддати їх іншим ресторанам, які ви хочете зацікавити в співпраці. Зробити це треба так, щоб не образити керівництво ресторанів.

Яким чином і якими методами креативного менеджменту можна розв'язати ситуацію?

Завдання 6

Виберіть або отримайте приклад підприємства (реального чи вигаданого) однієї з галузей: ритейл, технології, аграрний сектор, логістика, медіа/креативні індустрії, готельно-ресторанний бізнес.

Здобувачі вищої освіти мають виконати в групі такі кроки:

1. Визначити не менш ніж п'ять ключових ризиків, що загрожують вашому підприємству.
2. Класифікувати їх за типами (фінансові, операційні тощо).
3. Описати причини їх виникнення (зовнішні/внутрішні чинники).
4. Оцінити ймовірність виникнення кожного ризику (низька, середня, висока).
5. Оцінити потенційний вплив (незначний, помірний, критичний).

6. Запропонувати конкретні стратегії управління кожним ризиком.
7. З'ясувати, які сучасні технології або управлінські підходи можна використати для зниження ризиків.
8. Позначити, які юридичні кроки потрібно передбачити для запобігання правовим загрозам.
9. Підготуйте коротку презентацію (5 – 7 хв), у якій потрібно зазначити назву підприємства та галузь, основні ідентифіковані ризики, ризик-матрицю (за шкалами ймовірності/впливу), план управління ризиками, роль штучного інтелекту в моніторингу та мінімізації ризиків.

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над цією темою потрібно звернути особливу увагу на вивчення таких питань: поняття та класифікація ризиків у підприємницькій діяльності, особливості фінансових, операційних, правових, екологічних і репутаційних ризиків; сучасні чинники, що сприяють виникненню ризиків, зокрема вплив глобалізації, цифровізації, економічної нестабільності та змін у регуляторному середовищі; методи аналізу ідентифікації ризиків, а також оцінювання їхнього впливу на діяльність підприємства; стратегічні підходи до управління ризиками, такі як диверсифікація, мінімізація та страхування; правові аспекти захисту бізнесу від ризиків, зокрема дотримання норм законодавства та ефективне управління контрактними ризиками; роль сучасних технологій, таких як аналітичні системи, штучний інтелект і блокчейн, у прогнозуванні та зниженні ризиків; упровадження антикризових заходів для забезпечення стійкості підприємства.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Які є основні види ризиків підприємницької діяльності в сучасних умовах?
2. Як глобалізація впливає на виникнення нових ризиків для підприємств?
3. Які методи ідентифікації й аналізу ризиків є найбільш ефективними для сучасного бізнесу?
4. Як цифрові технології допомагають у прогнозуванні та управлінні ризиками?
5. У чому полягає роль корпоративного управління в системі ризик-менеджменту?

Рекомендована література: основна [2; 4]; додаткова [13; 14; 18; 19; 21].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що таке підприємницький ризик?
2. Які основні види ризиків у підприємницькій діяльності можна виділити?
3. Як глобалізація впливає на появу нових ризиків для бізнесу?
4. У чому полягає сутність фінансових ризиків у підприємстві?
5. Як операційні ризики впливають на стабільність підприємства?
6. Що таке репутаційні ризики і чому вони важливі для сучасного бізнесу?
7. Як екологічні ризики можуть впливати на підприємницьку діяльність?
8. Які основні методи ідентифікації ризиків використовують у бізнесі?
9. Які технології допомагають у прогнозуванні та зниженні підприємницьких ризиків?
10. У чому полягає роль корпоративного управління в системі управління ризиками?
11. Як страхування може знизити вплив ризиків на підприємницьку діяльність?
12. Що передбачає стратегія диверсифікації для управління ризиками?
13. Які правові аспекти слід урахувати для уникнення ризиків у бізнесі?
14. Як антикризові заходи допомагають забезпечити стійкість підприємства?
15. У чому полягає значення моніторингу ризиків для довгострокової діяльності підприємства?

Тема 8. Креативність як основа конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності

Методичні рекомендації до практичного заняття

У процесі вивчення цієї теми потрібно розглянути такі питання: поняття креативності в підприємницькій діяльності, її значення для створення

інноваційних продуктів, послуг та бізнес-моделей; основні методи стимулювання креативності в організації, зокрема проведення мозкового штурму, використання синектики та морфологічного аналізу; роль корпоративної культури у формуванні творчої атмосфери в колективі; вплив креативності на позиціонування підприємства на ринку та створення конкурентних переваг; приклади успішних компаній, які використовують креативність для утримання лідерських позицій на ринку; інтеграція креативних підходів у стратегію розвитку підприємства як чинника забезпечення довгострокової конкурентоспроможності.

Кейс 1

Рестарт сімейного бізнесу – креативне оновлення традицій

Сімейна пекарня "Добрий Хліб", що працює вже понад 20 років, почала втрачати клієнтів через конкуренцію з боку мережових кафе та супермаркетів. Власники не хочуть змінювати рецепти, але усвідомлюють потребу в змінах.

Розробіть креативну маркетингову стратегію для оновлення образу пекарні, що дозволить їй стати конкурентоспроможною, не втративши при цьому свою автентичність. Розгляньте:

- візуальний стиль (брендинг, упаковка);
- сервісні інновації (наприклад, доставка, онлайн-замовлення);
- формати комунікації з клієнтами (соцмережі, колаборації, події);
- залучення молодшої аудиторії.

Кейс 2

Стартап із соціальним сенсом – унікальна пропозиція на ринку

Група молодих підприємців хоче запустити стартап у сфері апсайклінгу (створення нових продуктів зі старих матеріалів), але стикається з проблемою: ринок насичений ідеями, а увага споживача розпорошена.

Запропонуйте унікальну креативну ідею продукту чи послуги, яка поєднує:

- соціальну значущість (екологія, інклюзивність, локальна зайнятість);
- комерційну привабливість;
- креативну бізнес-модель або форму презентації.

Кейс 3

Прорив у ніші: як малий бізнес перемагає великого гравця

Малий онлайн-магазин "EcoGlow", який продає свічки ручної роботи, стикається з жорсткою конкуренцією від великих мереж. Якість товару висока, але бренд недостатньо відомий, і продаж знижується.

Розробіть кампанію з просування, яка через креативні інструменти (партизанський маркетинг, UGC, нестандартні колаборації) дозволить компанії:

- збільшити впізнаваність бренду;
- створити активну спільноту навколо продукту;
- посилити емоційний зв'язок із клієнтом.

Кейс 4

AI + Креативність = Новий формат моди

Стартап FashAlon Lab – це молода українська компанія, що працює у сфері fashion-технологій. Засновниця – креативна підприємниця, яка поєднує інтерес до штучного інтелекту (ШІ), моди та сталого розвитку.

Команда FashAlon Lab вирішила створити лінію одягу, дизайн якої генерує штучний інтелект на основі аналізу:

- глобальних модних трендів (через аналіз соцмереж, Pinterest, TikTok);
- кліматичних умов регіонів продажу;
- колірних і візуальних переваг цільової аудиторії;
- екологічних обмежень (матеріали, логістика).

Креативна ідея полягає в тому, що за допомогою генеративного ШІ команда створює унікальні ескізи моделей, пропонує слогани, описи колекцій, ідеї маркетингових кампаній. Додаткова функція – клієнти можуть створити персоналізований одяг, завантаживши свої фото або відповівши на кілька запитань про настрій, стиль, кольори.

Завдання для здобувачів вищої освіти. Уявіть, що ви – консалтинг-група, яку запросили для:

- оцінювання креативності та інноваційності бізнес-моделі;
- визначення конкурентних переваг компанії;
- аналізу ризиків і етичних викликів використання ШІ в дизайні та взаємодії з клієнтом;
- розроблення пропозицій щодо розвитку цієї ідеї на міжнародному ринку.

Питання для обговорення в групі:

У чому полягає унікальність і креативність цієї моделі бізнесу?

Як використання ШІ підсилює конкурентоспроможність компанії?

Які ризики чи обмеження ви вбачаєте в такій моделі?

Чи можливо поширити цю ідею на інші сфери? Які саме?

Які елементи корпоративної культури можуть підтримати креативність у команді FashAlon Lab?

Методичні рекомендації до самостійної роботи

У процесі самостійної роботи над цією темою доцільно звернути увагу на такі аспекти: значення креативності в підприємницькій діяльності, її вплив на створення конкурентних переваг на сучасному ринку; інструменти стимулювання творчого мислення в підприємницькій діяльності, зокрема використання методів мозкового штурму, синектики та морфологічного аналізу; роль лідерства у формуванні творчого середовища, що сприяє розвитку інновацій та підвищує конкурентоспроможність підприємства; особливості інтеграції креативності в бізнес-стратегії підприємств; аналіз кейсів успішних компаній, які демонструють використання креативних підходів для досягнення конкурентних переваг; вплив корпоративної культури на стимулювання креативності в робочих командах.

Перелік питань для самостійного опрацювання

1. Яке значення має креативність для забезпечення конкурентоспроможності підприємств у сучасних умовах?
2. Які методи стимулювання креативності є найбільш ефективними для підприємницької діяльності?
3. Як корпоративна культура впливає на розвиток креативності в робочих командах?
4. Які приклади успішних компаній демонструють використання креативності для досягнення конкурентних переваг?
5. Як інтеграція креативності в бізнес-стратегію сприяє довгостроковій конкурентоспроможності підприємства?

Рекомендована література: основна [1]; додаткова [22].

Контрольні запитання для самодіагностики

1. Що таке креативність у контексті підприємницької діяльності?
2. Які чинники впливають на розвиток креативності в організації?
3. У чому полягає значення креативності для створення конкурентних переваг?
4. Як корпоративна культура сприяє формуванню творчої атмосфери?
5. Які методи стимулювання креативності є найбільш ефективними?
6. Що таке мозковий штурм? Як він допомагає генерувати ідеї?
7. У чому полягає метод синектики? Як його використовують у бізнесі?
8. Як морфологічний аналіз допомагає в розробленні інноваційних рішень?
9. Яка роль лідера в підтриманні креативного середовища в команді?
10. Як інтеграція креативних підходів у бізнес-стратегію впливає на довгострокову конкурентоспроможність?
11. У чому полягає значення командної роботи для розвитку креативності?
12. Як креативність впливає на позиціонування бренду на ринку?
13. Які приклади успішних компаній демонструють ефективне використання креативності?
14. Як сучасні технології можуть допомогти стимулювати творчість у підприємницькій діяльності?
15. Чому важливо враховувати культурні особливості під час упровадження креативних підходів у бізнес?

Рекомендована література

Основна

1. Бондаренко М. Ю., Сидорчук А. В. Лідерство та креативність: інтеграція в управлінські процеси. Одеса : Чорномор'я, 2024. 130 с. URL: https://odesa.example.org/leadership_creativity.
2. Коваленко О. В., Гончаренко І. М. Формування креативного середовища в організаціях: теорія та практика; за ред. В. П. Сидоренка. –

Київ : Наук. думка, 2021. 150 с. URL: https://repository.example.org/creative_environment.

3. Литвиненко П. І., Мельник С. А. Інноваційні підходи до управління підприємствами: роль креативності. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2022. 120 с. URL: https://hneu.example.org/innovative_management.

4. Назарова Г. В. Сотникова Ю. В. Креативна економіка та менеджмент : навч. посіб. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. 159 с. URL: <http://repository.hneu.edu.ua>.

5. Романенко Т. В., Кравченко О. С. Креативність у прийнятті рішень: сучасні підходи Львів : Світ, 2023. 140 с. URL: https://lviv.example.org/creative_decisions.

6. Mumford M., Martin R., Elliott S. Creative Thinking Processes: Managing Innovative Efforts. *Oxford Research Encyclopedia of Business and Management*. 2019. URL: <https://oxfordre.com/business/view/10.1093/acrefore/9780190224851.001.0001/acrefore-9780190224851-e-172>.

Додаткова

7. Болдижар С. М., Хохлова І. В. Соціальне підприємництво: інноваційний інструмент вирішення суспільних проблем в Україні // Аналітично-порівняльне правознавство. 2024. № 5. С. 149–155. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/65732>.

8. Гребешкова О. М., Маринюк С. І., Кондратюк К. М. Соціальне підприємництво як стратегічний патерн розвитку української економіки // Стратегія економічного розвитку України. 2024. № 54. С. 17–30. URL: <https://doi.org/10.33111/sedu.2024.54.017.030>.

9. Кільдей А. Д., Сотник І. М. Соціальне підприємництво в умовах сучасних викликів Україні // Підприємництво та бізнес-адміністрування у воєнний час: сучасні виклики, тренди та трансформації : матеріали міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Харків, 01 – 28 лют. 2024 р. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2024. С. 271–273. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/95067>.

10. Полуяктова О. В. Основи підприємницької діяльності та бізнес-планування. Одеса : ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. 2020. URL: <http://dspace.pdpu.edu.ua/bitstream/123456789/10479/1/Poluiaktova%20Olha%20Volodymyrivna%202020.pdf>.

11. Попович А., Кацьора О. Перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні // *Грані*. 2020. Т. 23, № 5. С. 39–44. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/31104/1/168-143-PB.pdf>.
12. Ткаченко І. В., Левченко Н. О. Глобалізація та креативність: виклики для сучасного бізнесу. Дніпро : Дніпро, 2025. 160 с. URL: https://dnipro.example.org/global_creativity.
13. Abdelwahed N. A., Soomro B. A. COVID-19 Crisis: Threats, Uncertainty, and Entrepreneurial Risk. *Risks*. 2023. URL: MDPI Risks.
14. Ashmarina S. I., Pavlova A. V. Actual, Growing and Falling Risks of the Entrepreneurial Activity. *European Proceedings of Social and Behavioural Sciences*. 2020. URL: <https://www.europeanproceedings.com/article/10.15405/epsbs.2020.03.221>.
15. Dorst K. The core of 'design thinking' and its application. *Design Studies*. 2011. Vol. 32, No. 6. P. 521–532. URL: <https://doi.org/10.1016/j.destud.2011.07.006>. – Available at: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0142694X11000603>.
16. Gumula J. Creativity training in organizations: a ready-to-implement concept. *Gr Interakt Org* 51. 2020. P. 95–102. URL: <https://doi.org/10.1007/s11612-020-00501-5>.
17. Kusumaningsih A., Ekasari S., Supriadi A. The Role of Creativity in Entrepreneurial Success. *International Journal of Economic Literature*. 2024. URL: <https://injole.joln.org>.
18. Litvinova T. N. Risks of Entrepreneurship amid the COVID-19 Crisis. *Risks*. 2022. Vol. 10, No. 8. P. 163. URL: 10.3390/risks10080163. URL: <https://doi.org/10.3390/risks10080163>.
19. McGee F. Approaching emergent risks: AI risk management in financial organisations. *ArXiv preprint*. 2024. URL: <https://arxiv.org/abs/2404.05847>.
20. McGoldrick J. Importance of Creativity & Innovation in Entrepreneurship. *Nexford University Insights*. 2024. URL: <https://www.nexford.edu/insights/creativity-innovation-in-entrepreneurship>.
21. Nicolas C., Brender N., Maradan D. How Did Swiss Small and Medium Enterprises Weather the COVID-19 Pandemic? Evidence from Survey Data. *JRFM*. 2023. Vol. 16, No. 2. P. 1–16. URL: <https://ideas.repec.org/a/gam/jjrfmx/v16y2023i2p104-d1061832.html>.
22. Shalley C. E., Hitt M. A., Zhou J. The Oxford Handbook of Creativity, Innovation, and Entrepreneurship. *Oxford Library of Psychology*. Oxford : Oxford University Press, 2015. 540 с. URL: 10.1093/oxfordhb/9780199927678.001.0001. URL: <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199927678.001.0001>.

Додатки

Додаток А

Кейс "Тепле місто"

Івано-Франківськ є містом середнього розміру, розташованим на заході України недалеко від гір, із населенням понад 228 тис. осіб. Засноване як "ідеальне місто" польським магнатом Потоцьким, місто має польську, австрійську, радянську й українську історію.

Івано-Франківськ має такі проблеми, як збудовані хаотичні архітектурні конструкції, низький рівень динаміки, збільшення чисельності населення й автомобілів, відсутність публічних просторів та нехтування процесу "витоку мізків". Згідно з офіційними даними обласної ради, 2013 р. гірськолижний курорт "Буковель" відвідало 1,5 млн туристів, із яких лише 50 тис. (3 %) завітали до Івано-Франківська.

З огляду на потенціал міста в декількох людей виникла амбітна ідея зробити Івано-Франківськ більш динамічним, щоб люди з великих міст приїжджали сюди. Одним із факторів розвитку є рівень якості середнього інтелектуального класу. У квітні 2014 року активні мешканці міста, які вірять у зміни "знизу-вверх", на чолі з Юрієм Филюком заснували громадську організацію "Тепле місто". Вирішили зробити Івано-Франківськ зручнішим для людей, утілюючи ряд проєктів із розвитку міського простору. Почали вивчати, які є підстави для розвитку міста, і першим висновком було усвідомлення, що в усіх розвинених соціумах є баланс у трикутнику "влада (адміністрація) – бізнес – громадянське суспільство". Якщо перші два елементи зрозумілі за формою і мають вплив, то громадянське суспільство – це той сектор, який тільки починає розвиватися в Україні. Тому "Тепле місто" насамперед є платформою для різних ініціатив та синергії між ними. Платформа об'єднує людей і бізнеси, які підтримують ідеї та дії щодо сталого розвитку Івано-Франківська, комфортного перевтілення міського простору в тепле, зручне та естетичне середовище, створення умов для розкриття інтелектуального і творчого потенціалу міста, обміну ідей та економічного зростання.

Місія "Теплого міста" – створення нових можливостей самореалізації мешканців Івано-Франківська для досягнення високого рівня якості життя в місті через більшу спроможність, довіру та амбітність. В організації є чотири цінності, важливі для успішної роботи платформи:

1. Відкритість – готовність ділитися інформацією, аргументовано пояснювати свої рішення й дотримуватись задекларованих цілей.
2. Гідність – безумовна повага до будь-якої думки іншої людини.
3. Проактивність – вияв активної позиції та відповідальності за спільний простір, ініціювання перетворень.
4. Теплота – пошук безконфліктних форм розвитку.

Стратегічними напрямками діяльності члени управлінської команди вважають активізацію мешканців, підсилення спроможності ініціатив, розвиток "теплого" бізнесу та організаційний розвиток самої платформи.

Що означає "теплий"? Тепле ставлення, теплі люди, теплі стосунки, теплі кав'ярні, мініатюрність як перевага. Тут з'являється відчуття, що не все придбаєш за гроші, відчуття, що доторкаєшся до глибинних цінностей через простих людей, які тебе оточують. І це створює разючу відмінність від "корпоративної культури" великих міст. Теплий також означає натуральний і природний, без штучності. Відсутність штучності виявляється в усьому: матеріалах, їжі, природі, стосунках. Теплий означає "свій шлях". Це не намагання наздоганяти сучасні тренди, а пошук своєї сутності й демонстрація її з кращої та сильної сторони. Якщо мова йде про конкуренцію, то люди і бізнеси змагаються лише в тому, хто більше згенерує тепла.

Підхід до роботи. "Тепле місто" не займається поодинокими проєктами, а випускає тільки програмні продукти, які згодом мають "переростати" в середовища. Організація через утілення програм навчає, привертає увагу суспільства, намагається підвищити соціальну активність і побудувати солідарність. Команда займається адмініструванням організації загалом. Крім того, кожен із членів "Теплого міста" є координатором тематичних програм із розвитку Івано-Франківська. Наразі це 20 людей. Стратегічне планування здійснює наглядова рада, до складу якої входять 12 осіб. "Тепле місто" діє з квітня 2014 року.

Із моменту організації "Тепле місто" трансформувалося із "середовища" в "платформу". Платформа об'єднує різні ініціативи та середовища в місті й надає їм підтримку для розвитку. Активні франківці об'єдналися передусім заради творення змін в улюбленому місті. Для цього використовують проєктний підхід, коли члени команд об'єднують свої зусилля довкола однієї ідеї для її реалізації.

Проекти насамперед мають об'єднати позитивних людей, бізнеси та ініціативи в місті, щоб збільшити ефект їхньої діяльності, забезпечувати можливості для обміну думками, ідеями, досвідом, натхненням, генерувати нові проекти, підвищувати привабливість міста для мешканців, гостей і нових талантів, створювати простір для реалізації активної молоді, формувати власний унікальний стиль міста та формувати позитивні стандарти.

Джерела фінансування. Розвиток платформи "Тепле місто" підтримують бізнес-партнери, які на щомісячній основі роблять благодійні внески. Сьогодні це 55 компаній, які поділяють розуміння прогресивного розвитку міста. Громадська організація співпрацює з бізнесом у різних партнерських програмах: "Національний партнер", "Генеральний партнер", "Партнер", "Спонсор" і "Технічний партнер". Своєю участю в програмах підприємства підтримують громадський сектор та інвестують у розвиток суспільства Івано-Франківська. Бути в бізнес-спільноті означає розуміти, розділяти та підтримувати цінності "Теплого міста". Завдяки бізнес-партнерам громадська організація створила безпрецедентний кейс: в Івано-Франківську прогресивні бізнеси не конкурують між собою, а навпаки – об'єднуються.

Також платформа фінансується завдяки отриманим грантам (як українським, так і міжнародним) та відкритому збиранню коштів через онлайн-платежі на вебсайті "Теплого міста".

Структура управління. Наглядова рада БО "БФ "Тепле місто"" – стратегічний орган управління організацією, – здійснює контроль діяльності управлінської команди. У Наглядовій раді ротація людей відбувається таким чином: вони змінюються по чотири людини раз на два роки. Таким чином зберігається правонаступництво. Управлінська команда забезпечує поточне управління організацією. Тематичні програми платформи "Тепле місто":

- 1) "Урбаністика";
- 2) "Наступний проект (сучасне мистецтво)";
- 3) "Стала мобільність";
- 4) "Гарячий спорт";
- 5) Urban Space 100;

- 6) Urban Space Global;
- 7) Urban Space Radio;
- 8) "Вивіски";
- 9) "Міські гранти";
- 10) партнерські проєкти тощо.

Програма створена для активізації та посилення ініціатив громадських організацій і середовищ, які ставлять за мету втілювати практичні проєкти, що поліпшують якість життя в місті, та залучати громаду до активної участі в процесах розвитку Івано-Франківська. У рамках програми "Тепле місто" на конкурсній основі надає організаційне сприяння та фінансову підтримку (гранти) на реалізацію ідей, направлених на розвиток Івано-Франківська.

Усі проєкти, які подають на гранти від платформи "Тепле місто", мають бути реалізованими в місті Івано-Франківську.

Про Urban Space 100.

Ідея проєкту – створити громадський ресторан у Івано-Франківську, що стане успішним прикладом об'єднання соціально активних людей навколо ідеї розвитку свого міста. Urban Space 100 – приклад соціального підприємства. 80 % прибутку ресторану спрямовують винятково на реалізацію громадських проєктів у Івано-Франківську.

Цілі проєкту:

створення прозорого цільового фонду, призначеного для фінансування соціальних стартапів та проєктів, спрямованих на розвиток міста;

створення фізичного майданчика для активізації проактивного кластера міста, що дає імпульс ініціативам та зберігає динаміку їх розвитку;

об'єднання ста людей практичного інтелекту, готових інвестувати в проєкт і розподіляти кошти на фінансування інших ініціатив.

Заклад було відкрито 27 грудня 2014 року. Із моменту відкриття Urban Space 100 вже було профінансовано 31 проєкт. За два роки діяльності команда Urban Space 100 набула досвіду реалізації та управління проєктом, тому готова ділитися своїми знаннями. Платформа "Тепле місто" працює над розвитком програми, що передбачає відкриття закладів мережі Urban Space в інших містах на умовах соціальної франшизи. Найпершим таким закладом буде Urban Space 500 у Києві.

Про Urban Space Radio.

Urban Space Radio підвищує рівень залученості громадськості до процесів розвитку наших міст. Це досягається через створення незалежного і на 100 % прозорого медіаканалу. Прозорість і публічність радіостанції є інституційною та фізичною, адже її скляну студію розташовано в публічному просторі – громадському ресторані Urban Space 100 у центрі міста. За конструкцією така радіостудія є унікальною та єдиною в Україні. Urban Space Radio мовить онлайн. Записи ефірів можна безкоштовно прослухати на популярному подкаст-сервісі MixCloud. В ефірі – сучасна та якісна українська музика, власні інформаційні програми, передусім розмовного жанру про актуальні проблеми міст та кейси їх розв'язання. На радіостанції проводяться програми, що піднімають актуальні питання та є цікавими тій аудиторії, яка прагне розвивати себе і середовище, у якому живе та розвивається.

Про "Наступний проєкт".

"Наступний проєкт" – це культурно-мистецька програма платформи "Тепле місто", фокусом якої є сучасне візуальне мистецтво. Проєкт покликано розвинути мистецьке середовище, сприяти створенню нових мистецьких об'єднань і активувати художні процеси в місті. Проєкти програми – "Резиденція для художників" і "Відкритий мистецький лекторій". Резиденція передбачає запрошення художників з інших міст і країн на тимчасове проживання до Івано-Франківська, де, ознайомившись з унікальністю й особливостями міста, художник створює арт-об'єкт.

Резиденція в Івано-Франківську сприяє впровадженню тенденцій актуального мистецтва і створенню можливостей для відкритого діалогу між художниками країни та світу. "Відкритий мистецький лекторій" є творчою лабораторією для обміну ідеями, локальний майданчик для діалогу між художниками та публікою у форматі багатовекторної комунікації (відкриті лекції, презентації).

Про програму "Стала мобільність".

Мета програми "Стала мобільність" – сприяти забезпеченню потреб у вільному, безпечному, екологічно чистому та сталому пересуванні містом для всіх груп населення. Актуальність програми пов'язана з такою проблемою сучасного міста, як нераціональне і стихійне використання приватного транспорту, що перевантажує міський простір, зокрема центральну частину міста, є причиною заторів і дорожніх аварій, забруднює середовище тощо. Програма "Теплого міста" має перетворити Івано-Франківськ на місто для людей. Це можливо через формування сталої мобільності в місті, побудову правильної вертикалі учасників руху, що передбачає відповідне позиціонування: маломобільні групи населення, пішоходи, велосипедисти, громадський транспорт, приватні автомобілі. Побудову нової моделі реалізують через низку заходів: дослідження велосипедного руху в місті, освітній напрям, події, інфраструктурні рішення. Ці напрями охоплюють різні зацікавлені сторони: містян, бізнеси, громадські організації, профільні органи влади. Ефективним інструментом комунікації є на практиці та конкретних прикладах пояснювати мешканцям міста, як у повсякденному житті поєднувати різні види транспорту і вибирати найвідповідніший до поточних потреб, з акцентом на піші прогулянки, велосипед і громадський транспорт. Одним із аспектів програми є пропагування велоруху: установа паркінгів, проведення велошкіл, у межах яких кожен охочий іванофранківець може навчитися правильно і безпечно їздити на велосипеді, форуми, де велоактивісти з різних міст України діляться досвідом.

Про програму "Урбаністика".

Програма урбаністики "Теплого міста" призначена сприяти налагодженню діалогу між мешканцями Івано-Франківська в процесі оновлення і трансформації міських просторів. Цілі програми:

1. Підвищення рівня відповідальності за "міжбудинковий" простір, а відтак його трансформація, облаштування й використання відповідно до потреб користувачів чи функціонального призначення.

2. Формування ефективних механізмів комунікації учасників урбаністичних процесів.

3. Поліпшення якості організаційних практик містян у процесах перетворення міста.

4. Підтримання низових урбаністичних ініціатив у Івано-Франківську.

Програму рівноцінно спрямовано на залучення до діалогу і кооперації міської адміністрації, представників бізнесу та міської громади у проєктах щодо поліпшення комунікації, комфортності іванофранківців у міському середовищі. В ініціативах і процесах також беруть участь фахівці (архітектори, урбаністи з України та з-за кордону), партнерські ГО, волонтери. Важливою є й активізація здобувачів вищої освіти, зокрема таких напрямів, як архітектура, ІТ, журналістика, соціологія, економіка. Залучення мешканців міста до обговорень на ранніх стадіях, урбаністична освіта шляхом воркшопів, дискусій, аналізу сприятимуть адекватному оцінюванню проблематики місць. У майбутньому програма має спонукати іванофранківців до особистих ініціатив із розвитку міста. Природно, що це, крім зміни ставлення людей до міського середовища, якісно трансформуватиме спільний для всіх громадський простір для більш зручного та людиноорієнтованого проведення часу.

Про платформу "Промприлад".

Усвідомлюючи потенціал та проблематику, знаючи приклади світових і українських практик, які демонструють значний економічний та соціальний ефект від ревіталізації промислових об'єктів у "гарячі точки" креативних економік, і маючи покликання до нових сенсових форм роботи, платформи "Тепле місто", "Інша Освіта", Garage Gang, CANactions та MitOst об'єдналися заради створення нового формату освітньої та креативної платформи на базі заводу "Промприлад". Проєкт не є відірваним від контексту. Своєрідним трампліном для цього проєкту став успішний досвід Urban Space 100, який показав, що ефективна консолідація зусиль громади, бізнесу і суб'єктів громадянського суспільства дає реальний синергетичний результат зі сталою економічною моделлю та значним соціальним ефектом для громади. Окрім того, додатковими індикаторами готовності міста до амбітного проєкту є такі унікальні для України явища, як 50 об'єднаних бізнесів, які фінансово стало підтримують інституційний розвиток громадянського суспільства, а також різні системні програми розвитку урбаністики, нетрадиційної освіти, сучасного мистецтва, сучасного незалежного медіа, які вже є в місті.

Про проєкт "Візуальний стиль міста".

Виникла ідея – перетворити Івано-Франківськ на естетичне та привабливе місто. Заради цієї мети об'єдналися мешканці міста, і з'явилася "Ініціатива створення візуального стилю Івано-Франківська", яку підтримали сотні іванофранківців і профінансували 46 меценатів. Ініціатива полягала у створенні логотипу міста й художньо-архітектурного оформлення вулиць.

Проєкт реалізували компанія Aimbulance (м. Київ) і дизайнер Йован Роцанов (Jovan Rocanov), один із найкращих спеціалістів із айдентики в Європі. Новий логотип Івано-Франківська увійшов у шортлист фестивалю реклами "Каннські леви" в категорії Large Scale Logo і став одним із п'яти кращих логотипів у світі 2014 року.

Про проєкт "Вивіски". Мета проєкту – естетично привабливе, красиве та сучасне місто з власною ідентичністю. Сьогодні історичні фасади середмістя та пам'ятки архітектури приховано за яскравими та недоречними елементами реклами і декору. Фасади будівель є нашим пріоритетом, адже в нашому розумінні фасади – це "обличчя" будівель, що у своєму поєднанні створюють унікальні ансамблі вулиць. Вивіска – це декоративний елемент, який є частиною фасаду та має підкреслювати, а не псувати вигляд будівлі. Вивіска має гармонійно вписуватись у візуальний контекст фасаду та його елементів. Завдання проєкту – формування правильного сприйняття вивіски як елемента фасаду та розроблення власних візуальних пропозицій відповідно до запитів організацій.

Інструменти впливу та стейкхолдери.

За визначенням організаторів платформи, її стейкхолдерами є:

- 1) бізнес-партнери (100 компаній);
- 2) медіапартнери;
- 3) громадські організації міста;
- 4) грантодавці;
- 5) волонтери;
- 6) доброчинці;
- 7) державні інституції;
- 8) мешканці Івано-Франківська.

Одним із каналів комунікації "Теплого міста" є вебсайт, призначений інформувати про нові можливості для об'єднання зусиль адміністрації міста, локального бізнесу та громади задля сталого розвитку Івано-Франківська. Зокрема, на онлайн-платформі розкрито можливості, створені для активної взаємодії всіх сторін:

1. Інші можливості.

Міська адміністрація та бізнес можуть створювати власні грантові можливості для громадського сектору, а громада – використовувати ці можливості на реалізацію суспільно-корисних програм і проєктів.

2. Банк ідей.

Формат форуму, що діє як майданчик для пошуку ідей чи команди для втілення проєктів у життя. Усі три сторони можуть обмінюватися думками, коментувати їх, спонукати до діалогу та спільного результату. Це створює нові рішення для розвитку.

3. Платформа автоматизації маркетингу, яка допомагає компаніям створювати персоналізовані кампанії в режимі реального часу (Connectif).

Комунікативний сервіс, призначений ідентифікувати додатковий потенціал міста за допомогою іванофранківців, які живуть за кордоном, але продовжують піклуватися про місто та готові взаємодіяти з ним.

Зміст

Вступ	3
Плани практичних (семінарських) занять	5
Тема 1. Сутність і законодавчі основи підприємницької діяльності	5
Тема 2. Організаційно-правові форми та види підприємництва. Соціальне підприємництво: основні тенденції розвитку в сучасних умовах	11
Тема 3. Сутність креативності та її значення для управління підприємницькою діяльністю	21
Тема 4. Методи активізації творчого мислення в управлінні	25
Тема 5. Формування креативного середовища на підприємстві для прийняття управлінських рішень	29
Тема 6. Основи використання інтелектуальної власності як результату креативної діяльності	33
Тема 7. Основні ризики підприємницької діяльності в сучасних умовах	36
Тема 8. Креативність як основа конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності	39
Рекомендована література	43
Основна	43
Додаткова	44
Додатки	46

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

**Методичні рекомендації
до виконання практичних завдань
та самостійних робіт
здобувачів вищої освіти всіх спеціальностей
першого (бакалаврського) рівня**

Самостійне електронне текстове мережеве видання

Укладачі: **Томах** Вікторія Володимирівна
Литовченко Ірина Володимирівна

Відповідальний за видання *О. М. Ястремська*

Редактор *Н. Г. Войчук*

Коректор *В. О. Дмитрієва*

План 2025 р. Поз. № 78 ЕВ. Обсяг 56 с.

Видавець і виготовлювач – ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 61165, м. Харків, просп. Науки, 9-А

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру
ДК № 4853 від 20.02.2015 р.*