

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ І.І. МЕЧНИКОВА
Кафедра маркетингу та бізнес-адміністрування**



ЕКОНОМІКА І ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ

**Методичні вказівки до практичних занять з навчальної дисципліни
для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 123 Комп'ютерна інженерія**

**ОДЕСА
2022**

УДК 005:004(072)
Ч154

Рецензенти:

Крючкова Н.М. - к.е.н., доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва Одеського національного університету імені І.І. Мечникова.

Страхов Е.М. - к.ф-м.н., доцент, доцент кафедри оптимального керування і економічної кібернетики Одеського національного університету імені І.І.Мечникова.

Рекомендовано до друку:

Вченою Радою економіко-правового факультету,
(протокол № 2 від «5» вересня 2022 р.)

Чайковська М. П.

Ч154 Економіка і організація інформаційного бізнесу : методичні вказівки до практичних занять з навчальної дисципліни для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 123 Комп'ютерна інженерія / М. П. Чайковська [Електронний ресурс] – Одеса, 2022. – 50 с.

УДК 005:004(072)

У методичних вказівках наведено основні положення для підготовки до практичних занять при вивченні дисципліни «Економіка і організація інформаційного бізнесу» для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 123 Комп'ютерна інженерія. Основна мета рекомендацій – надати методичну допомогу здобувачам вищої освіти у підготовці до практичних занять при вивченні дисципліни та у процесі самостійної роботи. Матеріал представлено у розрізі змістових модулів та тем.

© М. П. Чайковська, 2022

ЗМІСТ

1.	УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ.....	4
2.	ВСТУП.....	5
3.	ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ.....	6
4.	ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ.....	8
5.	НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ.....	36
6.	РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА:.....	42
	Додаток А. Створення MindMap в ConceptDraw MindMap	45
	Додаток Б. Приклади застосування бізнес-моделей	46
	Додаток В. Створення Діаграм та звітів в ConceptProject	48
	Додаток Г. Приклад розрахункового завдання.....	49

1. УМОВНІ СКОРОЧЕННЯ

ЖЦ – життєвий цикл.

ІБ – інформаційний бізнес.

ІС – інформаційні системи.

ІПП – інформаційні продукти та послуги.

ІТ – інформаційні технології.

КІС – корпоративна інформаційна система.

МЖЦ – моделі життєвого циклу.

МІС – маркетингові інформаційні системи.

МП – мобільний пристрій.

УР – управлінські рішення.

ПЗ – програмне забезпечення.

ПП – програмні продукти.

CRM (Customer Relationship Management) стратегія.

4 * Р – маркетингова модель, заснована на 4-х основних «координатах» маркетингового планування (товар, ціна, реклама, ринок збуту).

К * К * К – маркетингова модель, заснована на компанії, клієнт, конкурент.

B2B (Business to Business) – схема комерційного взаємовідносини, де в якості покупця виступає інша компанія, організація.

B2C (Business to Consumer) – схема комерційного взаємовідносини, де в якості покупця виступає кінцевий споживач.

BMC – Business Model Canvas.

NABC – need, approach, benefit, competition.

VP – Value Proposition (модель цінності).

2. ВСТУП

Предмет вивчення навчальної дисципліни є принципи, закони розвитку та функціонування інформаційного бізнесу у різних сферах економічної діяльності підприємств.

Мета дисципліни - формування у здобувачів вищої освіти базових знань та придбання ними навичок, необхідних для здійснення діяльності з організації бізнесу в інформаційній сфері економіки.

Завдання дисципліни:

- набуття необхідних знань з основних категорій інформаційної сфери економіки, сучасних інформаційних технологій, їх стандартів та інструментарію;
- набуття необхідних знань щодо тенденцій, особливостей та етапів розвитку інформаційної сфери економіки, законів розвитку інформаційного виробництва, функцій інформаційного бізнесу і вітчизняних особливостей;
- набуття практичних навичок щодо застосування моделей та методів обґрунтування доцільності створення організаційної форми інформаційного бізнесу; методології, технології та інструментальні засоби для управління процесами життєвого циклу інформаційних і програмних систем, продуктів і сервісів інформаційних технологій відповідно до вимог замовника;
- набуття практичних навичок технології організації власної справи; планування підприємницької діяльності та розробки бізнес-плану; управління проектами організації інформаційного бізнесу.

У результаті вивчення навчальної дисципліни здобувач вищої освіти повинен:

знати: теоретичні засади створення та функціонування інформаційного бізнесу для досягнення загальних та специфічних цілей економічного розвитку в умовах динамічного високо конкурентного ринкового середовища и прискорення процесів інформатизації; сучасні стратегії, напрямки та перспективи розвитку ІТ-ринку; сучасні підходи до класифікацій організаційних форм інформаційного бізнесу; сучасні концепції та моделі цінності обґрунтування доцільності підприємницької ідеї; сучасні методи пошуку інноваційних ідей щодо венчурного інформаційного бізнесу; економічні методи оцінки та обґрунтування ефективності підприємницької ідеї інформаційного бізнесу; сучасні підходи до управління проектами створення інформаційного бізнесу;

вміти: ефективно застосовувати на практиці сучасні моделі та методи формування нових конкурентоспроможних ідей та реалізовувати їх у проектах (стартапах) інформаційного бізнесу; аналізувати об'єкт проектування або функціонування та його предметну область; оцінювати та враховувати економічні, соціальні, технологічні та екологічні фактори на всіх етапах життєвого циклу проекту інформаційного бізнесу.

3. ЗМІСТ НАВЧАЛЬНОГО МАТЕРІАЛУ

Змістовний модуль 1. Принципи організації та функціонування інформаційного бізнесу

Тема 1. Інформаційна економіка та стратегія інформатизації суспільства XXI століття.

Інформаційна сфера економіки та її структура. Характеристика секторів інформаційної сфери економіки. Класифікація видів інформаційної діяльності. Концепція інформаційного суспільства та роль держави в його формуванні. Характеристика трансформаційних процесів в економіці та бізнес-середовищі. Моделі інформаційного суспільства. Важливіші тенденції сучасного етапу розвитку технологій інформаційного суспільства. Особливості та динамізм розвитку технологій у різних країнах. Україна в процесі розвитку технологій інформаційного суспільства. Державна підтримка інформаційного бізнесу в Україні. Головні чинники і бар'єри на шляху зростання. Напрямки концепції інформатизації України. Огляд інформаційної політики промислово-розвинутих країн світу. Інформаційна політика України.

Тема 2. Організаційно-методичні основи інформаційного бізнесу.

Сутність інформаційного бізнесу. Інформаційні продукти і послуги. Функції інформаційного бізнесу. Модель інформаційного бізнесу. Особливості інформаційного бізнесу. Поняття та закони розвитку інформаційного виробництва. Основні принципи управління інформаційним виробництвом. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві. Організаційні форми інформаційного бізнесу та його розвиток. Класифікація організаційних форм інформаційного бізнесу. Критерії оцінювання організаційних форм інформаційного бізнесу. Правові засади підприємництва в інформаційній сфері. Організаційно-правові форми бізнесу.

Тема 3. Венчурний бізнес в інформаційній сфері.

Визначення, особливості, еволюція розвитку венчурного капіталу, венчурного бізнесу та венчурного підприємництва. Критерії венчурного фінансування. Венчурні стратегії, венчурне управління. Умови венчурного інвестування. Механізм венчурного фінансування. Аналіз світового досвіду венчурних проектів. Передумови розвитку венчурного бізнесу в Україні. Венчурні фонди. Проблеми та перспективи венчурного інвестування в Україні. Моделі венчурного інвестування. Класифікація видів Crowdfunding та Crowdsourcing. Аналіз сучасних практичних Crowdfunding платформ.

Змістовний модуль 2. Системи ведення інформаційного бізнесу

Тема 4. Технологія організації власної ІТ-справи.

Варіанти входження у світ бізнесу. Пошук ніші. Аналіз чинників комерційних невдач. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах та послугах. Вибір юридичної форми бізнесу. Вибір стратегії поведінки та засобів реалізації підприємницької ідеї. Генерація ідей в інформаційному бізнесі. Методи пошуку інноваційних ідей. Метод ментальних карт (Mindmapping) Т. Бьюзен. Програмно-технологічна підтримка Mindmapping. Франчайзинг, як спосіб організації власної справи. Франчайзинг в інформаційному бізнесі.

Тема 5. Основи планування підприємницької ІТ-діяльності.

Бізнес-моделі в інформаційній сфері. Модель Value Proposition. Модель NABC. Business Model Canvas. Управління проектами в інформаційному бізнесі. Проективізація економіки та бізнесу XXI століття. Ознаки та характеристики проекту. Системи класифікації проектів. Поняття, система класифікації інвестиційних проектів. Структура проекту в розрізі стадій життєвого циклу. Розвиток методів управління проектами. Сучасні програмні засоби управління проектами. Аналіз українського ринку ІСУП. Функціональність ІСУП за поколіннях. Особливості ІСУП щодо управління проектами створення інформаційного бізнесу. Оцінка ефективності інвестиційного проекту. Показники економічної, комерційної та бюджетної ефективності.

Тема 6. Послідовність складання бізнес-плану інформаційного бізнесу, вимоги і правила щодо його оформлення.

Бізнес-план та його функціональні ролі. Зміст і структура бізнес-плану. Дослідження й аналіз ринку, маркетинговий аналіз. Загальна (генеральна) маркетингова стратегія (стратегія проникнення на ринок, стратегія росту тощо); політика ціноутворення; торговельна політика. Організація презентації фірми. Типи презентацій та особливості їх організації. Методи підвищення ефективності презентації. Наочні матеріали у проведенні презентації. Аналіз ризиків та проблем щодо організації інформаційного бізнесу. Шляхи мінімізації ризиків (альтернативні стратегії). План доходів і витрат (прибутків і збитків); план грошових надходжень і виплат (рух грошових коштів – грошові потоки); проект балансу (балансовий план); розрахунок беззбитковості й інших фінансових показників. Пошук джерел фінансування підприємницької ідеї. Оцінка потреб у фінансуванні; використання коштів; фінансова стратегія; повернення коштів інвесторам.

4. ТЕМАТИКА ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ, ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ ТА МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ

Змістовий модуль 1. Принципи організації та функціонування інформаційного бізнесу

Тема 1. Інформаційна економіка та стратегія інформатизації суспільства XXI століття

Практичне заняття

Мета заняття

Формування понятійного апарату та теоретичної бази щодо розвитку інформаційного суспільства.

Питання для обговорення:

- Цифрові трансформації XXI. Характерні риси та напрямки.
- Процес інформатизації суспільства, визначення та особливості.
- Виклики та ризики інформаційного суспільства.
- Концепція інформаційного суспільства та роль держави в його формуванні.
- Україна в процесі розвитку технологій інформаційного суспільства
- Державна підтримка інформаційного бізнесу в Україні.
- Напрямки концепції інформатизації України.
- Інформаційна політика України. Сутність інформаційного бізнесу.
- Інституційно–правова підтримка процесів інформатизації в Україні.
- Особливості та динамізм розвитку інформаційного суспільства у різних країнах.
- Огляд інформаційної політики промислово-розвинутих країн світу.
- Інформаційна сфера економіки та її структура.
- Характеристика секторів інформаційної сфери економіки.
- Класифікація видів інформаційної діяльності.
- Конкурентна модель інформаційного суспільства.

Завдання для самостійної роботи.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат :

1. Аналіз тенденцій розвитку інформаційного бізнесу на макрорівні. Аналіз тенденцій розвитку інформаційного бізнесу в країні X (на вибір студента). Місце країни X у світових рейтингах (ІКТ, інновацій, ВВП/душу, щастя...). Статистичні дані за 10 років (рівень ІКТ, E-Gov, Інтернет-користувачі, тощо ...).

2. Проаналізувати рівень державного регулювання ІБ країни X та України.

3. Перспективи та бар'єри розвитку інформаційного бізнесу країни X.

4. Порівняти з Українськими показниками. Поміркувати про застосування досвіду країни X в Україні.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ПИТАНЬ ТЕМИ

Політика владних органів України у сфері інформаційної індустрії втілюється в низці важливих документів, серед яких насамперед слід назвати Закон України від 02.10.92 р. N 2657-XII “Про інформацію”, Указ Президента від 14.07.00 р. за № 887/2000 “Про вдосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення Президента України та органів державної влади”, Закон України від 25.06.93р. № 3322-XI “Про науково-технічну інформацію. Інтелектуальна власність і комп'ютерне авторське право”, Закон України “Про захист інформації в автоматизованих системах”, Закон України від 04.02.98 за № 74/98-ВР “Про Національну програму інформатизації”, Закон України від 09.01.2007 N 537-V “Про головні принципи розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 р.”, Постанова кабінету міністрів України від 21.06.10 р. N 675 “Деякі питання діяльності Державного комітету з питань науки, інновацій та інформатизації”.

Україна представлена в таких впливових міжнародних організаціях, як Міжнародний союз електрозв'язку, Європейська конференція Адміністрацій зв'язку, Європейський інститут телекомунікаційних стандартів, Регіональна співдружність у галузі зв'язку. Підписано Меморандум взаєморозуміння між Генеральним директором з інформаційного суспільства Європейської комісії і Державним комітетом зв'язку та інформатизації України щодо розвитку інформаційного суспільства.

Сучасні інформаційні й телекомунікаційні технології стрімко стають одним із найбільш прибуткових та швидко зростаючих секторів економіки. Хоч у світовому ІТ-рейтингу Україна займає 75-е місце. Всесвітній Економічний Форум опублікував традиційний рейтинг розвитку інформаційних технологій у різних державах світу. У доповіді Global Information Technology Report враховано дані по 122-м країнам, у тому числі і пострадянським. При складанні рейтингу враховується не тільки розвиненість ІТ-ринку в тій чи іншій державі, а й ступінь його впливу та проникнення в інші сфери (наприклад, у сферу освіти), а також успішність політики влади, спрямованої на інтенсифікацію застосування інформаційних технологій. До першої десятки найбільш розвинених у цьому відношенні країн увійшли: Данія, Швеція, Сінгапур, Фінляндія, Швейцарія, Нідерланди, США, Ісландія, Великобританія і Норвегія. Естонія продемонструвала кращі результати серед усіх країн, що раніше входили до складу СРСР. Вона опинилася на 20-й позиції. Інші пострадянські держави розподілилися наступним чином: Литва - 39-е місце, Латвія - 42-е, Азербайджан - 71-е, Казахстан - 73-е, Україна - 75-е, Молдова - 92-е, Вірменія - 96-е, Киргизстан - 105-е. Останні три місця в переліку присуджено Чаду (122-е місце), Бурунді й Анголі. Для порівняння: Німеччина - 16-е місце, Ізраїль - 18-е, Франція - 23-е, ОАЕ - 29-е, Італія - 38-е, Індія - 44-е, Туреччина - 52-е, Польща - 58 -- е, Китай - 59-е. Статистичні дані по різних країнах СНД представлені з різною повнотою. Співвідношення частки аграрного, промислового секторів і сфери

послуг (у %) розподіляються таким чином: США - 0,9 / 19,7 / 79,4; Великобританія - 1 / 26, 3 / 72, 7; Німеччина - 1/31/68 ; Франція - 2,7 / 24,3 / 73; Японія - 1,3 / 24,7 / 74,1; Україна - 18/45, 1 / 36 , 9.

Таблиця 1.1

Види підприємств (фірм) інформаційного бізнесу за типовою класифікацією.

Вид підприємства (фірми)	Пояснення
1. Мета й характер діяльності	
Комерційні	Ти, що отримують прибуток
Некомерційні	Структури державного сектору: інформаційні служби органів державної влади, публічні бібліотеки тощо
2. Форма власності майна	
Приватні: – з правом найму – індивідуальні – сімейні	Належать окремим громадянам на правах приватної власності
Колективні	Ґрунтуються на власності трудового колективу, а також кооперативу, іншого статутного товариства або громадської організації
Комунальні	Засновані на засадах власності відповідної територіальної громади
Державні	Підприємства, засновані на державній власності (ОЦ Держкомстату України, інших міністерств і відомств, ОЦ держадміністрацій тощо)
3. Національна приналежність капіталу	
Національні	Капітал належить підприємцям своєї країни
Іноземні	Капітал є власністю іноземних підприємців повністю або в тій частині, що забезпечує їм необхідний контроль
Змішані (спільні)	Капітал належить підприємцям двох або кількох країн; їх реєстрація здійснюється в країні одного із засновників такого підприємства
Одноосібні	Є власністю однієї особи або родини, воно несе відповідальність за свої зобов'язання всім майном (капіталом). Таке підприємство може бути зареєстроване як самостійне або як філія іншого підприємства (фірми) Переважно малі за кількістю працівників фірми.
4. Правовий статус і форма господарювання	
Кооперативні	Добровільні об'єднання громадян з метою спільного ведення господарської або іншої діяльності. Їх характерною ознакою є особиста участь кожного у спільній діяльності, використання власного або орендованого майна..
Орендні	Оренда це тимчасове (на договірних засадах) володіння й користування майном, необхідним орендатору для здійснення підприємницької діяльності.
Господарські товариства:	Об'єднання підприємців
– повні (ПТ)	Всі учасники займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язання підприємства всім своїм майном.
– з обмеженою відповідальністю (ТОВ)	Має статутний фонд, поділений на частини, розмір яких визначається засновницькими документами. Учасники цього товариства несуть відповідальність у межах своїх внесків.

– з додатковою відповідальністю (ТДВ)	Статутний фонд поділений на частки, розміри яких визначені установчими документами. Учасники такого товариства відповідають за його борги своїми внесками до статутного фонду, а за недостатності цих сум — додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника. Граничний розмір відповідальності учасників передбачається в установчих документах.
– командитні (КТ)	Товариство, яке поряд із членами з повною відповідальністю включає одного чи більше учасників, відповідальність котрих обмежується особистим внеском у майно такого товариства.
– акціонерні: (АТ) • відкритого типу • закритого типу	Акції розповсюджуються через відкриту передплату та купівлю-продаж на фондових біржах Акції можуть розповсюджуватися лише між засновниками товариства
5. Функціонально-галузевий характер діяльності	
Виробничі/Торговельні/Виробничо-торговельні/Торговельно-посередницькі/Інноваційно-впроваджувальні / / Лізингові/ / Страхові// Наукові/Інші	
6. Технологічна й територіальна цілісність	
Головні (материнські)	Контролюють інші фірми
Дочірнє	Юридично самостійне організаційне утворення, що здійснює комерційні операції і складає звітний баланс. Материнська фірма контролює діяльність усіх своїх дочірніх компаній, оскільки володіє контрольним пакетом їх акцій
Асоційоване	Формально є самостійним, але з різних причин залежить від головної фірми і повинне підпорядковуватися її стратегічним цілям.
Філія	Не користується юридичною та господарською самостійністю, не має власного статуту і балансу, діє від імені та за дорученням головного підприємства, має однакову з ним назву. Майже весь акціонерний капітал філії належить материнській фірмі
7. Розмір по кількості працівників	
Великі (надвеликі)	Чисельність більше 500 працівників посідає певне місце в усіх секторах ринку програмних продуктів
Середні	Чисельність 200-500 працівників, обсяг продажу від п'яти до 20 продуктів, для них характерні адаптація програмних продуктів і посередницька діяльність
Малі (дрібні)	Чисельність 15-200 працівників, обсяг продажу до п'яти програмних продуктів, для яких характерна спеціалізація в секторах програмного забезпечення (наприклад, спеціалізовані бази даних, автоматизація оброблення інформації бухгалтерського обліку, інженерно-лінгвістичні розробки тощо)
Мікропідприємства	Чисельність працівників до 10 осіб, обсяг виручки від продажу продукції (надання послуг) до 250 тис. грн. на рік

Література основна [2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10],

додаткова [6, 7, 13, 14, 15].

Тема 2. Організаційно-методичні основи інформаційного бізнесу.

Практичне заняття

Мета заняття

Формування понятійного апарату та теоретичної бази щодо організаційних форм та моделей інформаційного бізнесу.

Питання для обговорення:

- Сутність інформаційного бізнесу.
- Інформаційні продукти й послуги.
- Функції інформаційного бізнесу.
- Особливості інформаційного бізнесу.
- Класифікація організаційних форм інформаційного бізнесу.
- Моделі інформаційного бізнесу.
- Продуктова модель ІБ, переваги, недоліки.
- Аутсорсингова модель ІБ, переваги, недоліки.
- Консалтингова модель ІБ, переваги, недоліки.
- Критерії оцінювання організаційних форм інформаційного бізнесу.
- Основні напрямки удосконалення інформаційного бізнесу.
- Визначення, основні умови і принципи підприємництва.
- Види підприємницької діяльності.
- Організаційно-правові форми бізнесу.
- Дайте визначення інформаційного бізнесу.
- Сформулюйте визначення інформаційного продукту, послуги.
- Що є предметом праці в інформаційному виробництві?
- Що є знаряддям праці в інформаційному виробництві?
- Які інформаційні продукти відносяться до стратегічних?
- Назвіть загальні функції інформаційного бізнесу.
- Охарактеризуйте специфічні функції інформаційного бізнесу.
- Охарактеризуйте макро- і мікрорівні моделі інформаційного бізнесу.
- Дайте визначення інформаційного виробництва.
- Охарактеризуйте особливості предмета праці, засобів праці й продуктів праці інформаційного виробництва.

Завдання для самостійної роботи.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат:

1. Аналіз тенденцій розвитку інформаційного бізнесу на мезорівні.
2. Презентувати модель інформаційного бізнесу (продуктова, аутсорсингова, консалтингова, ІТ-відділ непрофільної компанії, франчайзі, тощо).
3. Виявити переваги та ризики.
4. Навести приклади ІТ-компанії світу/ України / Одеси відповідно до моделі, що аналізується.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ПИТАНЬ ТЕМИ

Таблиця 2.1

Критерії визначення поняття "інформаційна фірма"

Критерій	Зміст
1	Створення свого власного інформаційного продукту силами своїх співробітників
2	Підтримка близьких до неформальних стосунків зі своїми споживачами, надання інформаційних послуг на основі замовлення
3	Створення інформаційних продуктів відповідно до специфічних вимог окремих кінцевих користувачів
4	Використання різних носіїв інформації, як традиційних паперових, так і електронних засобів зберігання даних, відповідно до прийнятої в них концепції створення БД
5	Створення інформаційних продуктів для забезпечення процесу прийняття рішень і підвищення якості цих рішень
6	Отримання прибутку за рахунок інформації та послуг, оскільки користувачі прирівнюють ці послуги до проведених наукових досліджень і майже повністю оплачують їх
7	Збирання і зберігання різних відомостей про бізнес, технології та ін.
8	Ставлення до інформації як до свого кінцевого продукту

Таблиця 2.2

Основні особливості інформаційного продукту/послуги

№	Особливість	Пояснення
1	Корисність	Отримана інформація має бути релевантною, а також, значущою, тобто відповідною і важливою в даний момент часу для ухвалення конкретного рішення.
2	Тиражування	Тиражування інформації дуже дешево. Завдяки йому можна продати інформаційний продукт і, одночасно, залишити у власності виробника. Тобто можлива множинна власність на інформаційний продукт
3	Старіння	Інформація може старіти морально, тобто утрачати свою актуальність, а відповідно і цінність. Це не завжди залежить від часу – інформація "старіє" коли з'являється нова інформація, яка підтверджує або спростовує попереднє знання.
4	Додана вартість	Для того, щоб інформація перетворилася в інформаційний продукт або послугу необхідно зробити ряд складних операцій (процедур). Вартість інформації визначається не стільки витратами на виробництво, скільки очікуваним ступенем впливу на виробництво нового продукту (необов'язково інформаційного), що створюється з її допомогою і ринковою кон'юнктурою.
5	Адресність	Існують різні способи надання інформації різним користувачам. У цьому полягає властивість адресності інформації
6	Наукоємність	Створення й удосконалювання ІПП багато в чому залежить від інтелектуальних зусиль у процесі їх виробництва. Це обумовлено двома факторами: 1) для інформаційного виробництва необхідні все більш досконалі технічні засоби і програмно-лінгвістичне забезпечення (тобто засоби праці); 2) використання цих засобів інформаційного виробництва можливо

		тільки за умови значних інтелектуальних зусиль, оскільки інформаційне виробництво містить у собі одержання нових знань про нього.
7	Якість	Специфічними для інформаційного продукту є вимоги до його якості: повна відповідність змісту вимогам конкретного споживача (категорії споживачів); надійність (повнота, відсутність "шуму", новизна, вірогідність); оперативність (своєчасність надання); відповідність форми товару (ясність, доступність, стислість викладу) вимогам покупців.

Таблиця 2.3

Основні особливості інформаційного бізнесу та їх характеристика

№	Особливість	Зміст
1	Орієнтація на забезпечення інформаційних потреб суб'єктів господарювання й фізичних осіб	Завдання інформаційної фірми - пошук груп користувачів з однаковими інформаційними потребами, які створюють ринкову нішу, або сегмент ринку для інформаційної фірми.
2	Специфіка інформації, як товару	Хоча інформаційний ринок практично безмежний, але внаслідок високої рентабельності компаній, що працюють на ньому, між ними існує досить жорстка конкуренція. У той же час, висока наукоємність інформаційного продукту підштовхує інформаційні фірми до інтеграції
3	Вплив інформаційних тенденцій	Більшість особливостей інформаційного бізнесу визначають інформаційні тенденції ринку
4	Висока інтелектуальність діяльності	Інформаційний бізнес постійно вимагає підвищення рівня знань як фахівців інформаційних наук, так й кінцевого користувача. Тому, для підвищення своєї конкурентоспроможності, фірма повинна не тільки вдосконалювати вироблений нею продукт, але й поліпшувати користувацький інтерфейс, знижуючи вимоги до рівня комп'ютерної компетенції користувача. При цьому рівень його професійної компетенції повинен бути досить високим
5	Потреба замовника в вузькоспеціальних відомостях, необхідних для прийняття рішення.	Користувача цікавлять тільки ІПП, які безпосередньо стосуються його діяльності. Фірма повинна більш докладно знати інформаційні потреби користувачів і забезпечувати необхідну якість наданих ІПП.
7	Прагнення забезпечення достатнього контролю якості ІПП	Фірми, що працюють у сферах інформаційного бізнесу, віддають перевагу створенню власних ІПП (це не стосується стратегічних ІПП - програмних і технічних засобів).
8	Контрактна форма підприємництва й підтримка неформальних відносин зі споживачами	Це сприяє гарним діловим зв'язкам, дає можливість швидко реагувати на нові запити й можливості користувача
9	Економічна інформація, в основному, породжується самим ринком	Відбувається обмін інформацією між суб'єктами ринку: виробниками й споживачами, постачальниками й одержувачами, банками й підприємцями, інформаційними фірмами (службами) і користувачами

Таблиця 2.4

Сутнісні ознаки інформаційного бізнесу

№	Ознака	Зміст
1	Вироблений продукт	Інформація, інформаційні продукти і послуги
	предмети праці	Вхідна інформація
	знаряддя праці	Апаратні засоби ІКТ і інші технічні засоби збору, нагромадження, обробки, зберігання, поширення інформації, а також програмні засоби
3	Технологічний процес	Інформаційні комп'ютерні технології і системи
4	Призначення виробленої продукції	Задоволення інформаційних потреб і запитів користувачів
5	Потенційні споживачі	Юридичні і фізичні особи.

Таблиця 2.5

Функції інформаційного бізнесу

Загальні функції	
Основні	Додаткові
1. Управління фінансами (ведення фінансів і обліку) 2. Управління трудовими ресурсами (кадрова політика) 3. Матеріально-технічне забезпечення – закупівля сировини, машин, устаткування, інші поставки, необхідні для господарської діяльності 4. Виробництво (функція виробництва). Це основа основ будь-якого бізнесу, у т.ч. і інформаційного 5. Маркетинг. Визначення потреб споживачів, ціноутворення, просування й реалізація продукції й послуг	1. Науково-дослідні й проектні роботи (інженерна функція). Діяльність по розробці й впровадженню нових технологічних процесів, або нової продукції 2. Підтримка підприємництва. Поширення підприємницьких ідей, ініціатив, досвіду управління (функція менеджменту) 3. Зв'язки з громадськістю. Здійснення й управління відносинами між підприємством і суспільними структурами або ЗМІ
Специфічні функції	
1. Консультаційне обслуговування.	
2. Організація служби інформаційної безпеки	
3. Сервісне обслуговування	
4. Лізингові операції	
5. Інші функції, що виникають із появою нових видів діяльності.	

Таблиця 2.6

Характеристика секторів інформаційної сфери економіки

Сектор	Ознака	Галузі і характеристика діяльності
Первинний	Інформаційна діяльність є основною	Структури, пов'язані з розробкою й використанням апаратних і програмних засобів інформатики, нових інформаційних технологій, а також з інформаційним сервісом населення
Вторинний	Інформаційна діяльність не є основною	Інформаційні процеси й системи усередині інших "неінформаційних" галузей економіки, пов'язаних з виробництвом і перетворенням сировини, матеріалів і енергії (промисловість, сільське господарство, енергетика й т.д.).

Література основна [2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10], додаткова [6, 7, 13, 14, 15].

Тема 3. Венчурний бізнес в інформаційній сфері

Практичне заняття

Мета заняття

Формування понятійного апарату та теоретичної бази щодо функціонування венчурного бізнесу в інформаційній сфері.

Питання для обговорення:

- Визначення, основні умови і принципи підприємництва.
- Види підприємницької діяльності.
- Організаційно-правові форми бізнесу.
- Визначення, особливості, еволюція розвитку венчурного капіталу, венчурного бізнесу та венчурного підприємництва.
- Венчурний бізнес в інформаційній сфері.
- Моделі венчурного інвестування.
- Критерії венчурного фінансування.
- Венчурні стратегії, венчурне управління.
- Умови венчурного інвестування.
- Механізм венчурного фінансування.
- Аналіз світового досвіду венчурних проєктів.
- Передумови розвитку венчурного бізнесу в Україні.
- Венчурні фонди. Світовий досвід та національна специфіка.
- Проблеми та перспективи венчурного інвестування в Україні.
- Класифікація видів Crowdfunding та Crowdsourcing.
- Аналіз сучасних практичних Crowdfunding платформ.

Завдання для самостійної роботи.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат:

1. Що таке "венчурний капітал", "венчурний фонд", "венчурний проєкт"? У чому особливості венчурного фінансування проєктів?
2. Наведіть приклад світового та українського венчурного проєкту.
3. Наведіть приклад світового та українського венчурного фонду.
4. Проаналізуйте проблеми венчурного інвестування в Україні та запропонуйте шляхи їх вирішення.
5. Проаналізуйте тенденції новітніх напрямків Crowdfunding.
6. Наведіть характеристику світової та української Crowdfunding-платформи.
7. Наведіть приклад вдалого /невдалого Crowdfunding проєкту.
8. Перспективи і обмеження застосування Crowdfunding в Україні.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ПИТАНЬ ТЕМИ

Терміни „венчурний капітал” і „венчурний бізнес” беруть початок від англійського слова „venture”, яке перекладається як „ризикове підприємство або започаткування”. Венчурні фонди або компанії воліють вкладати капітал в фірми, чії акції не обертаються у вільному продажі на фондовому ринку, а повністю розподілені між акціонерами – фізичними або юридичними особами (unquoted або unlisted companies).

Венчурне підприємництво – це діяльність, спрямована на впровадження ризикових проектів для одержання прибутків, підприємницького та засновницького доходів шляхом організації компанії, що займається впровадженням нововведень і подальшим їхнім розвитком. Венчурне підприємництво виконує функцію прискорювача інноваційного розвитку і здатне не тільки вивести економіку країни на вищий рівень, а й забезпечити прорив вітчизняних технологій на світові ринки. На частку США припадає більше 50% всіх інвестицій. За обсягом інвестицій в інформаційні технології США також лідирує – \$30 млрд. На другому місці – Канада (\$2,9 млрд.), далі – Великобританія (\$2,4 млрд.).

Виробництво комп'ютерної техніки було саме тією сферою, у якій "венчурне" підприємництво вперше придбало значне поширення.

Венчурний капітал - капітал ризику, принципово нова форма фінансування процесу комерціалізації технічних і технологічних нововведень (інновацій). При венчурному фінансуванні капітал інвестується безповоротно. Інтерес інвестора складається в придбанні прав на всі новації як запатентовані, так і безпатентні ("ноу-хау"), а також в установчому прибутку від інкорпорації (реєстрації) венчурних компаній, які домоглися успіху.

Венчурний механізм відіграв важливу роль у реалізації базових інновацій в галузі мікроелектроніки, автоматизації промислового виробництва, біотехнології тощо. За підтримки інвесторів ризикового капіталу знайшли широке практичне застосування такі науково-технічні розробки, як мікропроцесор, персональний комп'ютер, Інтернет-технології. За допомогою венчурного капіталу було створено американські фірми „Apple”, „Netscape”, а також реактивний двигун, кулькову ручку, кольоровий папір тощо.

Умовами венчурного інвестування є:

1. Наявність привабливого інноваційного проекту з відповідними характеристиками, тобто наявності бізнес-плану, експертних висновків.
2. Суспільна потреба у конкретному нововведенні.
3. Наявність відповідного управлінського персоналу, який здатний реалізувати цей проект.
4. Недержавна форма власності фірми (підприємство має бути акціонерним або під час фінансування стати акціонерним).

5. Інноваційний проект повинен забезпечити зростання капіталу в середньому на 50%.

6. Фірмі слід мати узгоджений варіант виходу венчурного інвестора з бізнесу, тобто механізм продажу акцій.

Таблиця 3.1

Класифікація видів Crowdfunding

N	Тип	Елемент	Характеристика
1	Підстава отримання коштів за підсумком завершення проекту на crowdfunding платформі	All or Nothing (AoN)	необхідно на момент закінчення проекту набрати суму, що замовлено, інакше зібрані кошти повертаються вкладникам.
		Keep it All (KiA)	по закінченню терміну фінансування автор отримує всю зібрану суму, мінус комісія crowdfunding платформи.
		Bounty	кошти залучаються для створення продукту або вирішення конкретної проблеми.
2	Мета проекту	Бізнес	підприємницькі проекти
		Креативний	високотехнологічні проекти
		Політичний	Правові, політичні проекти
		Соціальний	Вирішення соціальних проблем.
3	Тип винагороди, що отримує інвестор	Відсутність винагороди	соціальні, політичні, медичні проекти, прикладі: www.betterplace.org/de , http://respekt.net/
		Нефінансова винагорода	згадка в титрах, в першому зразку, автограф, альбом, посвята. Є однією з самих поширених за кількістю платформ. Модель, охоплює широкий спектр проектів, включаючи високотехнологічні.
		передзамовлення продукції	фінансований продукт доставляється відразу після його виробництва, успішно реалізується на платформі Kickstarter, (за 2013 зібрано \$ 520 млн.)
		Фінансова винагорода (краудінвестинг Royalty)	активно практикується в сфері фінансування музики (SonicAngel), розробки ігор (LookAtMyGame), фільмів (Slated); народне кредитування (більш високі ставки і широкий спектр).
		Акційний crowdfunding	інвестор отримує частину власності, акції підприємства, дивіденди або право голосування на загальних зборах акціонерів; найбільш передова, але зачіпає організаційно-правову форму підприємства і пов'язана з підвищеним ризиком.

Таблиця 3.2.

Порівняльна характеристика Crowdfunding-платформ

Назва	Спеціалізація	Особливість
RocketHub	Мистецтво. Сайт колективного фінансування для творчих проектів	Дозволяє зберегти зібрані гроші, навіть якщо проект не зібрав бажану суму.
New Jelly	Будь-які творчі проекти - від кіно, музики чи дизайну до продуктів харчування і технологій	Фінансування за принципом "все-або-нічого"

Microryza	Наука. Платформа, яка дозволяє дослідникам збирати гроші на невеликі проекти	Фінансування за принципом "все-або-нічого". Проекти поки приймаються лише з США і Канади
Quirky	Наука. Сайт для "народних" винахідників, що діє за принципом краудсорсінгу	Для того, щоб втілити свій проект автору треба запропонувати його адміністрації сайту. Команда Quirky оцінить привабливість ідеї, комерційний потенціал. створить прототип, знайде виробника, і продасть на своєму сайті. Якщо все пройде вдало - автор отримає до 30% від продажів
Peerbackers	Бізнес. Сайт колективного фінансування для підприємців	Peerbackers стягує 5% зібраних проектом коштів, PayPal - ще 1,9-2,9%. Якщо автор проекту не відправить вкладникам обіцяні подарунки, він не отримає фінансування. Все, що вам потрібно, це робоча картка Visa або MasterCard і PayPal рахунок.
Назва	Спеціалізація	Особливість
Startup Addict	Фінансування підприємців.	Молодий краудфандінговий проект не має конкретної спеціалізації, просто допомагає підприємцям-початківцям втілити у життя їхні проекти.
iAMscientist	Наука	Сайт діє за принципом відкритої платформи для дослідників. Перш ніж проект отримує можливість збирати кошти, його ідея виноситься на обговорення спільноти сайту. І лише після її схвалення дослідник може подати свій проект на спільні кошти.
StartSome Good	Соціальні проекти, благодійність	Мета сайту - створити діалог між соціальними підприємцями та інвесторами. Всі проекти повинні мати соціальну спрямованість і передбачати винагороди спонсорам, які залежать від розмірів донорських вкладень.

Таблиця 3.3

Види Crowdfunding

Вид Crowdfunding	Характеристика
Бізнес-Crowdfunding	Проекти підприємств, упроваджені з метою одержання прибутку від інноваційної діяльності.
Соціальний Crowdfunding	Проекти, що спрямовані на вирішення соціальних проблем.
Культурний (творчий) Crowdfunding	Проекти, спрямовані на фінансову підтримку діяльності у сферах культури та мистецтва.
Новаторський	Проекти, метою яких є розробка нових продуктів, технологій

Crowdfunding	тощо.
Політичний Crowdfunding	Проекти, пов'язані з діяльністю політичних об'єднань, партій, моніторингом ефективності політичних заходів.

Література основна [2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10], додаткова [6, 7, 13, 14, 15].

Контрольна робота за змістовним модулем 1 **«Принципи організації та функціонування інформаційного бізнесу»**

Основні питання, які виносяться на контрольну роботу (тестування):

1. Інформаційна сфера економіки та її структура.
2. Концепція інформаційного суспільства та роль держави в його формуванні.
3. Україна в процесі розвитку технологій інформаційного суспільства.
4. Державна підтримка інформаційного бізнесу в Україні.
5. Напрямки концепції інформатизації України.
6. Огляд інформаційної політики промислово-розвинутих країн світу.
7. Інформаційна політика України. Сутність інформаційного бізнесу.
8. Характеристика секторів інформаційної сфери економіки.
9. Класифікація видів інформаційної діяльності.
10. Сутність інформаційного бізнесу.
11. Інформаційні продукти й послуги.
12. Функції та особливості інформаційного бізнесу.
13. Моделі інформаційного бізнесу.
14. Продуктова модель ІБ, переваги, недоліки.
15. Аутсорсингова модель ІБ, переваги, недоліки.
16. Консалтингова модель ІБ, переваги, недоліки.
17. Критерії оцінювання організаційних форм інформаційного бізнесу.
18. Основні напрямки удосконалення інформаційного бізнесу.
19. Перспективи розвитку сектору ІТ-консалтингу.
20. Характеристика та види франчайзингу.
21. Характеристика та види аутсорсингу.
22. Поняття та закони розвитку інформаційного виробництва.
23. Основні принципи управління інформаційним виробництвом.
24. Технологія формування і використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві.
25. Особливості процесу венчурного фінансування.
- 26.. Венчурні стратегії, венчурне управління.
- 27.. Проблеми венчурного інвестування в Україні.
28. Особливості формування венчурних фондів.
29. Визначення, особливості, еволюція розвитку венчурного капіталу, венчурного бізнесу та венчурного підприємництва.
30. Критерії венчурного фінансування.
31. Аналіз світового досвіду венчурних проєктів.
32. Передумови розвитку венчурного бізнесу в Україні.

33. Венчурні фонди. Світовий досвід та національна специфіка.
34. Проблеми та перспективи венчурного інвестування в Україні.
35. Моделі венчурного інвестування.
36. Класифікація видів Crowdfunding та Crowdsourcing.
37. Аналіз сучасних практичних Crowdfunding платформ.

Література основна [2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10], додаткова [6, 7, 13, 14, 15].

Змістовий модуль 2. Системи ведення інформаційного бізнесу

Тема 4. Технологія організації власної ІТ-справи

Практичне заняття

Мета заняття

Формування понятійного апарату, теоретичної бази та практичних навичок щодо технології створення інформаційного бізнесу.

Питання для обговорення:

- Визначення, основні умови і принципи підприємництва.
- Технологія організації власної справи.
- Вибір стратегії поведінки й засобів реалізації підприємницької ідеї.
- Франчайзинг, як спосіб організації власної справи в інформаційному бізнесі.
- Основні принципи співпраці за франчайзингом.
- Переваги та вади франчайзингу. Типи франчайзингу.
- Переваги й недоліки придбання існуючого бізнесу.
- Злиття й поглинання підприємств.
- Моделі підприємницької поведінки.
- Варіанти входження у світ бізнесу.
- Аналіз чинників комерційних невдач.
- Вибір юридичної форми бізнесу.
- Генерація ідей в інформаційному бізнесі.
- Методи пошуку інноваційних ідей.
- Характеристики та модифікації методів brainstorm.
- Програмно-технологічна підтримка mindmapping.
- Метод ментальних карт (Mindmapping) Т. Бьюзен.
- Програмно-технологічна підтримка mindmapping.

Завдання для самостійної роботи.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат:

1. Обґрунтування вибору методу генерації ідей щодо створення проекту інформаційного бізнесу.
2. Застосувати метод генерації ідей до пошуку ідеї стартапу.
3. Ідею оформити в вигляді Mind mapping (у програмному продукті).

Згідно із Законом України "Про підприємництво" розрізняють три види підприємницької діяльності. Це:

1. *Вільна підприємницька діяльність* - підприємець має право без усяких обмежень здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить чинному законодавству;

2. *Ліцензійна підприємницька діяльність* - може здійснюватися тільки за спеціальним дозволом (ліцензією). Ліцензія – це документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким власник ліцензії має право займатися певним видом підприємницької діяльності.

3. *Державна підприємницька діяльність* - може здійснюватися лише державними підприємствами (зброя, наркотики, грошові знаки, вибухівки, цінні папери, горілка та ін.).

В інформаційному обслуговуванні мають місце підприємницькі структури всіх видів діяльності, виділених за їх функціональними характеристиками: створення програмного забезпечення; оброблення даних, робота з БД; консультації з питань автоматизації, технічне обслуговування і ремонт офісної та комп'ютерної техніки; торгівля інформацією, комп'ютерною технікою, програмними засобами; посередництво при продажу.

За формою власності на засоби виробництва виділяють такі основні типи підприємництва: малий бізнес - повна особиста власність або оренда засобів виробництва; партнерство - спільна власність або колективна власність; корпоративне підприємництво - акціонерна власність.

Однією з основних організаційно-правових форм підприємницької діяльності є підприємства. *Підприємство* - основна організаційна ланка народного господарства України. Підприємство - самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу). Підприємство має самостійний баланс, розрахункові (поточні) та інші рахунки в установах банків, печатку зі своїм найменуванням, а також знак для товарів і послуг. Підприємство не має у своєму складі інших юридичних осіб.

Підприємства поділяються на такі види, визначені Законом України "Про підприємства в Україні": приватне підприємство, засноване на власності фізичної особи; колективне підприємство, засноване на власності трудового колективу; господарське товариство; підприємство, засноване на власності об'єднань громадян; комунальне підприємство, засноване на власності відповідної територіальної громади; державні підприємства, засновані на державній власності, у тому числі казенні. Важливим етапом організації фірми є складання установчих документів і державна реєстрація. Установчими документами суб'єктів підприємницької діяльності є установчий договір і статут. Вимоги до установчих документів далі.

Установчий договір. У ньому необхідно зазначити:

- предмет зобов'язання засновника та суб'єкта підприємницької

діяльності;

- зобов'язання щодо виконання раніше прийнятих засновником договірних зобов'язань;
- відповідальність сторін;
- порядок вирішення суперечок;
- термін дії договору;
- юридичні адреси сторін.

До установчих документів можуть бути включені й інші умови, що не суперечать законодавству України. Відсутність в установчих документах відомостей, зазначених у законі, може стати підставою для відмови у держреєстрації товариства.

Статут - основний юридичний документ, на основі якого діє підприємство. Статут визначає діяльність підприємства й затверджується власником майна, а для державних підприємств власником майна при участі трудового колективу. В статуті наводиться всебічна характеристика діяльності підприємства. Вимоги до змісту статуту встановлені Законом України "Про підприємства в Україні".

Для успішної діяльності на ринку підприємство ІБ повинне мати управлінський механізм, здатний використовувати будь-які ідеї, з якого б джерела вони не з'являлися. Процес організації ІБ починається із зародження задуму. За Ф. Котлером на ринку товарів зазнає невдачі 40% всіх пропонованих новинок, на ринку товарів промислового призначення – 20%, а на ринку послуг – 18%. За статистикою на 3000 ідей припадає 1 комерційний успіх.

Оцінка причин комерційних невдач, за даними американських експертів, концентрується на початкових етапах інноваційного процесу:

- в 32% відбуваються через невірну оцінку вимог ринку,
- 23% – з технічних причин;
- 14% – через невірну цінову політику,
- 13% – невірну збутову політику,
- 8% – дії конкурентів.

Завданням на етапі пошуку інноваційних ідей є стимулювання творчої діяльності членів трудового колективу з вироблення неординарних рішень.

Процес вирішення проблем тісно пов'язаний з напрямком мислення. Винахідливість – необхідна умова виникнення нових ідей – базується на різних підходах, основними з яких є:

- методи, які сприяють виявленню та розумінню проблеми (метод критичного інциденту, контрольний листок, аналіз корінних причин та інш.);
- методи, призначені для генерації ідей (метод мозкового штурму, синектичний метод; метод фокальних об'єктів; метод контрольних питань; метод інверсії; матричне структурування проблем; морфологічний аналіз і синтез; діаграма Ісікава та інш.).

Результативність застосування методів визначається чітким дотриманням принципів і технології їх реалізації.

Сьогодні розроблено безліч методів та інструментів виявлення проблем і генерування варіантів їх вирішення, а також створення нових продуктів та послуг, що є потужними засобами для створення стратегій вдосконалення та інновацій, які дозволять врахувати весь спектр вимог зацікавлених сторін та визначити пріоритети тій області, де потрібне поліпшення. Універсальність методу обернено пропорційна його ефективності. Основною трудностю при генеруванні нових ідей є відхід від звичних способів асоціювання інформації. "Логіка досвіду" заважає комбінувати інформацію незвичними способами.

В останні роки на світовому IT-ринку з'явився цілий клас програмного забезпечення для роботи з картами розуму. Серед них, зокрема пропозиції українських розробників (ConceptDraw MindMap). Трендом останнього часу є: акцент на підтримку web- і мобільних пристроїв, а також desktop (iMindMap); використання ексклюзивних інструментів (підвищення оперативності: SmartLayout, MultiMaps і Audio Notes від iMindMap, якості – адаптивна сітка робочої поверхні і шаблони моделей від ConceptDraw MindMap);

Таблиця 4.1.

Переваги франчайзингу

Для франчайзера	Для франчайзі
одержання додаткового доходу при мінімальних витратах і інвестиціях за рахунок розширення виробництва й/або збуту товарів (послуг) шляхом уступки прав на використання товарного знака, фірмового стилю, об'єктів інтелектуальної власності й комерційної інформації	використання на законних підставах товарного знаку й/або торговельної марки відомої компанії; одержання доступу до детально розробленої технології ведення бізнесу, що показала на практиці високий рівень ефективності
забезпечення гарантій одержання стабільного додаткового доходу у вигляді періодичних платежів, оскільки франчайзі як самостійна юридична особа безпосередньо зацікавлена в успішному розвитку свого підприємства	одержання постійної технічної, консультативної й фінансової підтримки, як на етапі розвитку бізнесу, так і в процесі його функціонування
просування на ринку товарів (послуг), товарного знака й самої компанії за рахунок франчайзі	доступ до гарантованої системи поставок
збільшення ступеня контролю на ринку	збереження юридичної й економічної самостійності, а також можливість самостійного прийняття управлінських рішень
забезпечення можливостей для збуту товару (послуг) на віддалених територіях	значна економія коштів і часу на рекламі, навчанні, маркетингових дослідженнях, розробки й реєстрації власного товарного знака й торговельної марки, відпрацьовування технології ведення бізнесу
здійснення територіального розділу ринку з метою обмеження конкуренції між франчайзі без порушення норм антимонопольного законодавства	придбання певного рівня захищеності від конкурентів на території дії франчайзингового угоди; підвищення статусу й нові можливості для ведення бізнесу
розширення досвіду бачення бізнесу й	спрощення доступу до кредитних ресурсів;

Для франчайзера	Для франчайзі
вивчення ринку на основі зворотного потоку інформації від франчайзі	франчайзер може виступати в ролі гаранта в кредитних відносинах; крім того, фінансово-кредитні установи більш лояльно ставиться до кредитування франчайзі міжнародних компаній, найчастіше надаючи їм фінансові ресурси на пільгових умовах

Література основна [2, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 10], додаткова [6, 7, 13, 14, 15].

Тема 5. Основи планування підприємницької ІТ-діяльності.

Практичне заняття

Мета заняття

Формування понятійного апарату та практичних навичок щодо планування та організації власної справи.

Питання для обговорення:

- Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах і послугах.
- Пошук ніші.
- Бізнес-моделі в інформаційній сфері.
- Модель Value Proposition.
- Модель NABC.
- Business Model Canvas.
- Модель К*К*К.
- Управління проектами в інформаційному бізнесі.
- Проективізація економіки та бізнесу ХХІ століття.
- Ознаки та характеристики проекту. Системи класифікації проектів.
- Поняття, система класифікації інвестиційних проектів.
- Структура проекту в розрізі стадій життєвого циклу.
- Розвиток методів управління проектами.
- Показники економічної, комерційної та бюджетної ефективності проекту.
- Оцінка ефективності інвестиційного проекту.
- Сучасні програмні засоби управління проектами.
- Аналіз українського ринку ІСУП.
- Функціональність ІСУП за поколіннях.
- Особливості ІСУП щодо управління проектами створення інформаційного бізнесу.

Завдання для самостійної роботи.

Для докладнішого розгляду зазначених питань пропонується підготувати реферат:

1. Деталізувати ідею стартапу по моделі Value proposition.

2. Поглибити деталізування по моделі Business Model Canvas.
3. Заповнити та проаналізувати модель NABC.
4. Заповнити та проаналізувати модель та К*К*К.
5. Ідею оформити в вигляді Проекту (у програмному продукті).
6. Побудувати діаграми Ганта, ресурсну. Мережеву.
7. Розрахувати показники ефективності.
8. Оцінити ризики проекту.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ПИТАНЬ ТЕМИ

Сучасні проекти створення інформаційного бізнесу мають складний багатоаспектний характер. Необхідною умовою їх реалізації є орієнтація на задоволення перспективних потреб ринку.

Бізнес-модель описує обґрунтування того, як організація створює, доставляє і фіксує цінність.

Відправною точкою для будь-якого хорошого обговорення, зустрічі або семінару з інновацій бізнес-моделі має бути спільне розуміння того, що насправді є бізнес-моделлю. Нам потрібна концепція бізнес-моделі, яку кожен розуміє: той, який полегшує опис і обговорення. Нам потрібно почати з того ж моменту і поговорити про одне й те ж. Проблема полягає в тому, що концепція повинна бути простою, доречною і інтуїтивно зрозумілою, при цьому не спрощуючи складності функціонування підприємств.

Ця концепція була застосована і випробувана в усьому світі і вже використовується в таких організаціях, як IBM, Ericsson, Deloitte, Public Works and Government Services of Canada і багатьох інших.

Ця концепція може стати спільною мовою, який дозволяє легко описувати і маніпулювати бізнес-моделями для створення нових стратегічних альтернатив. Без такої спільної мови дискваліфікується систематично оскаржувати припущення про свою бізнес-моделі і успішно впроваджувати інновації.

Бізнес-модель найкраще описати через дев'ять основних будівельних блоків, які показують логіку того, як компанія має намір робити гроші.

Ці дев'ять блоків охоплюють чотири основні області бізнесу: клієнти, мережа, інфраструктура і фінансова життєздатність. Бізнес-модель схожа на план стратегії, який повинен бути реалізований через організаційні структури, процеси і системи.

Value proposition

For (customer segment)

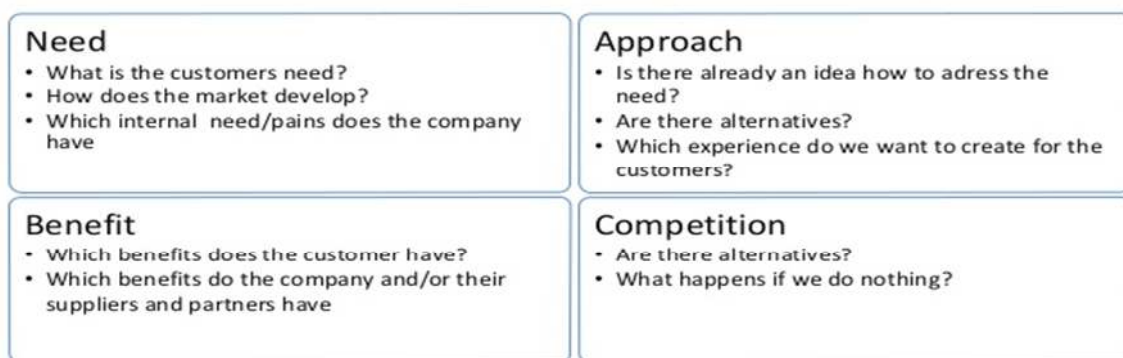
Who are dissatisfied with (challenge/problem)

Our product is (solution)

That provides (competitive advantage)

Unlike (competing value proposition)

NABC a tool to further structure your Value Proposition



Matthias Pöhle, Sven Krause

16

Рис. 5.1 Модель NABC інформаційного бізнесу

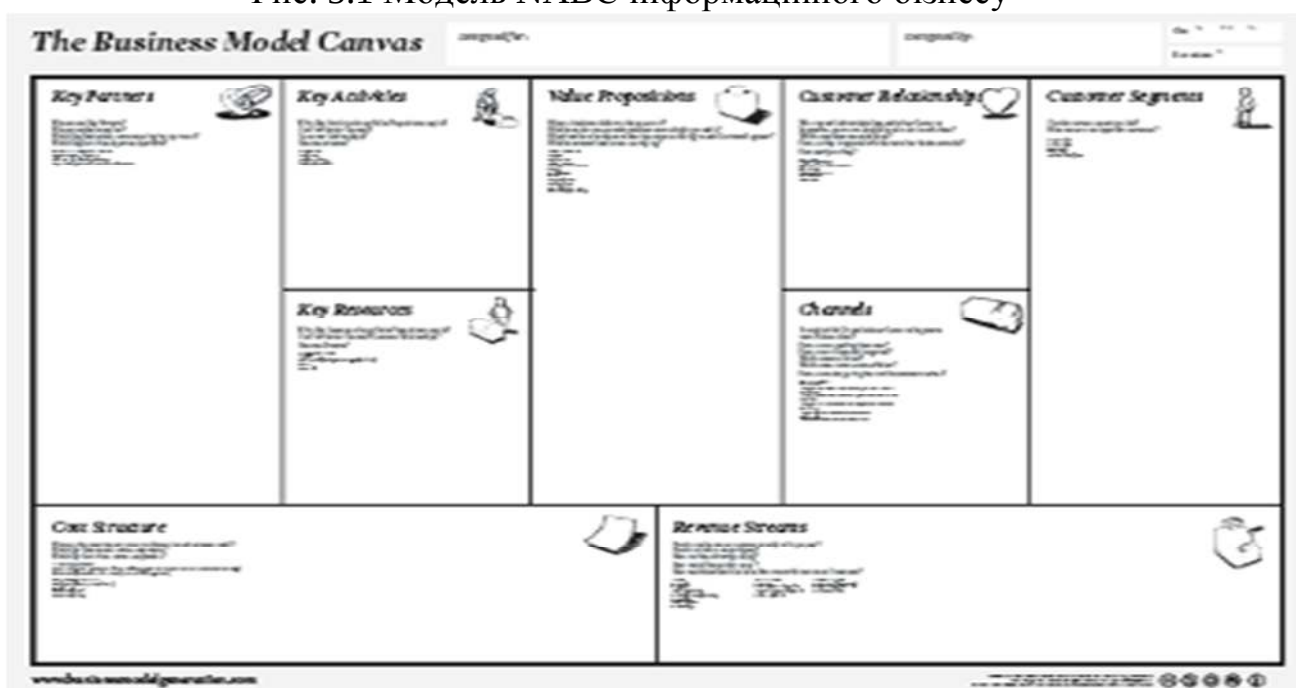


Рис. 5.2 Модель Business Model Canvas

При аналізі ефективності проекту використовують такі показники:

1. сума інвестицій – це вартість початкових грошових вкладень у проект, без яких він не може здійснюватися. Ці витрати мають довгостроковий характер. За період функціонування проекту протягом його «життєвого циклу» капітал, вкладений у такі активи, повертається у вигляді амортизаційних відрахувань як частина грошового потоку, а капітал, вкладений в оборотні активи, в тому числі в грошові активи, по закінченню «життєвого циклу» проекту має залишатися в інвестора у незмінному вигляді й розмірі. Сума інвестицій у фінансові активи являє собою номінальну суму витрат на створення цих активів;

2. грошовий потік – дискontований або недискontований дохід від здійснення проекту, який включає чистий прибуток та амортизаційні відрахування, які надходять у складі виручки від реалізації продукції. Всі методи оцінки ефективності інвестиційних проектів базуються на

припущенні, що в результаті реалізації проекту генерується грошовий потік $CF_1, CF_2, \dots, CF_n$. Інвестиції визнаються ефективними, якщо цей потік є достатнім для повернення суми інвестованих коштів, забезпечення необхідної віддачі на вкладений капітал;

3. чиста теперішня вартість проекту – Net Present Value (NPV). Це найвідоміший і найуживаніший критерій. У літературі зустрічаються й інші його назви: чиста приведена вартість, чиста приведена цінність, дисконтовані чисті вигоди. NPV являє собою дисконтовану цінність проекту (поточну вартість доходів або вигід від зроблених інвестицій). Чиста теперішня вартість проекту – це різниця між величиною грошового потоку, дисконтованого за прийнятної ставки дохідності і сумою інвестицій. Для розрахунку NPV проекту необхідно визначити ставку дисконту, використати її для дисконтування потоків витрат та вигід і підсумувати дисконтовані вигоди й витрати (витрати зі знаком мінус). При проведенні фінансового аналізу ставка дисконту, звичайно, є ціною капіталу для фірми. В економічному аналізі ставка дисконту являє собою закладену вартість капіталу, тобто прибуток, який міг би бути одержаний при інвестуванні найприбутковіших альтернативних проектів. Якщо NPV позитивна, то проект можна рекомендувати для фінансування. Якщо NPV дорівнює нулю, то надходжень від проекту вистачить лише для відновлення вкладеного капіталу. Якщо NPV менша нуля – проект не приймається.

Основними показниками ефективності капітальних вкладень є:

- дисконтований період окупності;
- чистий поточний дохід;
- індекс дохідності;
- внутрішня норма прибутковості.

Дисконтований період окупності розраховується на основі даних щодо прогнозованої величини грошових потоків, суми інвестованих коштів та рівня дисконтованої ставки. Дисконтований період окупності DPB розраховується за формулою:

$$DPB = \frac{CF_0}{\sum_{k=1}^N \frac{CF_k}{(1+r)^k}} * N, \quad (5.1)$$

де CF_0 – сума інвестованих коштів,

r – ставка дисконтування,

N – кількість періодів реалізації інвестиційних проектів,

k – період інвестування.

Метод розрахунку чистого поточного (зведеного) доходу від інвестицій базується на певній процедурі, яка складається з трьох етапів: визначення поточного значення кожного грошового потоку, сумування всіх дисконтованих значень елементів грошових потоків та визначення критерію чистого поточного доходу, порівняння значення чистого поточного доходу

відносно нуля та між різними інвестиційними проектами. Чистий поточний дохід (NPV – net present value) розраховується за формулою:

$$NPV = CF_0 + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n} = \sum_{k=0}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k} \quad (5.2)$$

Індекс доходності дозволяє порівняти різні інвестиційні проекти за рівнями прибутковості. Індекс IP розраховується за формулою:

$$IP = \frac{\sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+r)^k}}{CF_0} \quad (5.3)$$

Внутрішня норма прибутковості відображає таку норму прибутковості альтернативних інвестицій, яка дорівнює нормі прибутковості конкретного інвестиційного проекту, тому значення чистого поточного доходу дорівнює нулю. Внутрішня норма прибутковості IRR розраховується за формулою:

$$CF_0 = \sum_{k=1}^n \frac{CF_k}{(1+IRR)^k} \quad (5.4)$$

Основними етапами оцінки інвестиційного проекту є: - визначення ефективності використання інвестиційного капіталу як результату порівняння грошового потоку, що формується в процесі реалізації інвестиційного проекту, та початкової суми капіталу (інвестиційний проект є ефективним, якщо грошові потоки від реалізації проекту забезпечують покриття суми інвестованих коштів та встановлений рівень доходності для інвесторів); - інвестований капітал та грошовий потік зводиться до поточного періоду; - процес дисконтування капітальних вкладень та грошових потоків, що здійснюється за різними ставками дисконтування в залежності від особливостей інвестиційних проектів, структури інвестицій та вартості окремих складових капіталу.

Відхилення результатів від середнього або очікуваного значення прийнято називати ризиком. Ризик можна розглядати як шанс мати збитки або одержати дохід від інвестування у певний проект. Шанси одержати прибутки чи мати збитки можуть бути високі або низькі, залежно від рівня ризику (невпевненості очікуваних доходів), що пов'язано з заходами щодо захисту інвестицій.

Ризик – це можливість того, що відбудеться деяка небажана подія. Зокрема, у підприємницькій діяльності ризик прийнято порівнювати з можливістю втрати підприємством своїх ресурсів, зниження запланованих доходів або появою додаткових витрат у процесі здійснення певної фінансової чи виробничої діяльності.

Проектний ризик – це сукупність ризиків, які передбачають загрозу економічній ефективності проекту, що має прояву у негативному впливі на різні фактори на потоки грошових коштів.

Цьому ризику властиві такі особливості:

- інтегрований характер;

- об'єктивність прояву;
- особливості прояву на різних стадіях здійснення проекту;
- високий рівень зв'язку з комерційним ризиком;
- висока залежність від тривалості життєвого циклу проекту;
- високий рівень коливання рівня ризику за подібними (типовими) проектами;
- відсутність достатньої інформаційної бази для оцінки рівня ризику;
- відсутність надійних ринкових індикаторів, що застосовуються для оцінки рівня ризику;
- суб'єктивність оцінки.

Ризики, пов'язані з інвестиціями в нововведення класифікуються наступним чином:

- кредитний (діловий) ризик;
- інфляційний ризик;
- процентний ризик;
- валютний ризик.

Ризики інноваційної діяльності:

- 1) ризик відторгнення інновації ринком;
- 2) ризики недоотримання запланованого прибутку від впровадження інновації;
- 3) ризики невідповідності фактичних параметрів нововведення плановим показникам;
- 4) ризики неотримання результатів інноваційної діяльності до визначеного в договорі терміну;
- 5) ризики порушення патентних прав інших патентовласників;
- 6) ризики втрати ноу-хау компанії;
- 7) політичні ризики;
- 8) зміна технологій;
- 9) ринкові трансформації.

Фактори ризиків інноваційної діяльності.

1. Фундаментальні – визначаються економіко-політичними аспектами функціонування світового співтовариства і окремих країн.
2. Кон'юнктурні – пов'язані з динамікою ринкової ситуації на національному та міжнародному ринках.
3. Внутрішні – зумовлені особливостями організаційної структури та можливостями підприємства.

Оцінка ризиків – це визначення міри ймовірності їхнього виникнення й обсягу можливих фінансових втрат у разі ризикової події. Ціль оцінки інвестиційних ризиків полягає в тому, щоб надати необхідну інформацію для прийняття управлінських рішень про доцільність інвестування й передбачити заходи щодо захисту від можливих фінансових втрат.

У світовій практиці вироблені два види оцінки ризиків, які взаємно доповнюють один одного:

- якісний аналіз;
- кількісний аналіз.

Якісна оцінка ризику визначає фактори ризику та потенційні напрямки його дії.

Кількісна оцінка ризику – це чисельне визначення розмірів окремих видів ризику та інвестиційного ризику проекту в цілому.

Найпоширеніші методи кількісної оцінки такі:

- статистичний метод;
- метод експертних оцінок;
- аналіз чутливості проекту;
- аналіз величини відносних ризиків;
- імітаційне моделювання Монте-Карло.

Література основна [2, 3, 5, 6, 7], додаткова [1, 3, 4, 5, 8,9,10,11, 14, 15].

Тема 6. Послідовність складання бізнес-плану інформаційного бізнесу, вимоги і правила щодо його оформлення.

Практичне заняття

Мета заняття

Формування теоретичних знань щодо функцій та розділів бізнес-плану, практичних навичок щодо складання бізнес-плану.

Питання для обговорення:

- Бізнес-план та його функціональні ролі.
- Зміст і структура бізнес-плану.
- Послідовність складання бізнес-плану.
- Взаємозв'язок факторів, які впливають на склад, структуру та обсяг бізнес-плану.
- Етапи розробки бізнес-плану.
- Вимоги й правила оформлення бізнес-плану.
- Оцінка потреб у фінансуванні; використання коштів; фінансова стратегія; повернення коштів інвесторам.
- План доходів і витрат (прибутків і збитків); план грошових надходжень і виплат (рух грошових коштів – грошові потоки); проект балансу (балансовий план); розрахунок беззбитковості й інших фінансових показників.
- Дослідження й аналіз ринку, маркетинговий аналіз.
- Загальна (генеральна) маркетингова стратегія (стратегія проникнення на ринок, стратегія росту тощо).
- Політика ціноутворення; торговельна політика.
- Аналіз ризиків та проблем щодо організації інформаційного бізнесу.
- Шляхи мінімізації ризиків (альтернативні стратегії).
- Пошук джерел фінансування підприємницької ідеї.

Завдання для самостійної роботи.

Складання бізнес-плану щодо організації стартапу інформаційного бізнесу.

1. Дослідження й аналіз ринку, маркетинговий аналіз.
2. Загальна (генеральна) маркетингова стратегія; модель монетизації ідеї; торговельна політика.
3. Аналіз ризиків та проблем щодо організації інформаційного бізнесу.
4. Шляхи мінімізації ризиків (альтернативні стратегії).
5. План доходів і витрат; план грошових надходжень і виплат.
6. Пошук джерел фінансування підприємницької ідеї.
7. Оформлення бізнес-плану стартапу інформаційного бізнесу.
8. Презентація та захист (elevator speech) ідеї стартапу інформаційного бізнесу.

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИВЧЕННЯ ПИТАНЬ ТЕМИ

Бізнес-план – це письмовий документ, у якому викладена сутність підприємницької ідеї, шляхи й способи її реалізації, охарактеризовані ринкові, виробничі, організаційні й фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості керування ним.

Бізнес-план відповідає на запитання: чи варто взагалі вкладати кошти в проект і чи принесе він доходи, які окуплять витрати?

Бізнес-план - це постійно діючий документ. Він систематично оновлюється, у нього вносяться зміни, зв'язані як зі змінами усередині фірми, так і зі змінами на ринку, де діє фірма, й в економіці в цілому.

Бізнес-план поєднує внутрішньофірмовий і макроекономічний аналіз. Його складає кожна фірма, незалежно від розміру й виду діяльності. Багато компаній складають його на один рік, тобто надають йому характер поточного плану. Зазвичай бізнес-план складається на 3-5 роки, тобто є перспективним планом. Іноді він може охоплювати більше 5-и років.

Бізнес-план виконує наступні функції (функціональні ролі):

1. БП може бути використаний для розробки концепції ведення бізнесу.
2. БП є інструментом, за допомогою якого підприємець може оцінити фактичні результати діяльності фірми за певний період.

3. Призначенням БП є залучення коштів. Тобто БП - інструмент одержання кредиту. В основному, ця функція вважається головною, оскільки жоден інвестор не вкличе гроші в бізнес, якщо не ознайомиться із БП.

До розглянутих основних функцій можна додати й інші, зокрема, наступні:

4. На початковому етапі створення підприємцем власної справи БП є основним інструментом комунікацій між ним і зовнішнім світом - постачальниками, продавцями, найманими робітниками.

5. Процес складання БП можна розглядати як засіб розвитку управлінських якостей підприємця.

6. БП - це засіб перевірки підприємницької ідеї на раціональність і реальність її практичної реалізації.

7. БП повинен бути функціональним, тобто містити інформацію, що цікавить читача БП. Пояснення можна навести в додатках.

8. БП повинен бути чітко структурованим – розділеним на частини, розділи, параграфи й мати сторінку зі змістом. Він повинен бути написаний вірно й добре надрукований відповідно до вимог діючих стандартів.

9.

Склад, структура й обсяг БП залежать від: специфіки сфери діяльності, до якої відноситься обраний бізнес; розмірів обраного бізнесу (великий, середній, малий) і суми коштів, необхідних для його організації; конкретних характеристик майбутнього продукту й стадій його життєвого циклу; аудиторії, для якої призначений БП.

Як мінімум, бізнес-план повинен містити:

- сформульовану основну ідею бізнесу (підприємницьку ідею);
- специфічні цілі й завдання бізнесу;
- опис продукту за моделлю К*К*К,
- визначену потребу в ресурсах,
- основні показники ефективності проекту (Табл. 6.1)

Таблиця 6.1

Приблизна структура бізнес-плану

№ з/п	Назва розділу	Зміст розділу
1	Титульна сторінка	Назва й адреса фірми; імена й адреси засновників; сутність проекту; вартість проекту
2	Сторінка змісту БП	Зміст бізнес-плану
3	Меморандум конфіденційності	Адресат має підписати обов'язок про нерозголошення наданої йому комерційної інформації
4	Резюме (виконавче резюме)	Ціль плану (залучення інвестора, кредитора й т.д.); аналіз ринку (характеристики цільового сектора ринку, його розмір); підприємництво (які потреби покупців ви хочете задовольнити, пропоновані продукти й послуги для задоволення цих потреб); маркетинг і збут (стратегія маркетингу й збуту, ключові фактори в конкурентній боротьбі); роль дослідницьких і пошукових робіт у підготовці продукції або послуги; організаційна структура й персонал (основні керівники й власники, ключові виконавці); фінансові дані (джерела й напрямки використання коштів, ретроспективна фінансова звітність, прогностні форми фінансової звітності з коротким обґрунтуванням можливих рівнів обсягів реалізації)
5	Опис і огляд галузі (виділяється не завжди)	Опис поточної ситуації в галузі; масштаби галузі; характеристики й тенденції розвитку галузі (етап життєвого циклу); основні споживчі групи (бізнес, уряд, населення)
6	Опис підприємства	Характер бізнесу й концепція поведінки фірми; характерні для фірми переваги (ключові фактори успіху); стратегія росту фірми
7	Продукти (послуги)	Детальний опис продукції (послуг) з погляду користувача; життєвий цикл продукту; ліцензії, патенти, інші права власності на продукцію (послуги); дослідницькі, пошукові й

		конструкторські роботи
8	Ринок (дослідження й аналіз ринку, маркетинговий аналіз). Іноді цей розділ не виділяється, а аналіз ринку наводиться в маркетинговому плані	Ринки збуту – характеристика ринків збуту і їх сегментів; визначення попиту й факторів впливу на споживчий попит; ємність і динаміка ринку; охоплення ринку – необхідний мінімальний обсяг ринку, і якою мірою можна охопити його; цільові рівні рентабельності продажів – рівні цін на продукти й послуги; методи визначення споживчих груп на вашому ринку й способи впливу на окремі групи споживачів; оцінки обсягів продажів; основні тенденції й можливі зміни на основних ринках збуту й т.д., строк поставки товару; конкурентоспроможність (ідентифікація по видах продукції/послуг і сегментах ринку; конкурентні переваги; слабкість позиції; труднощі виходу на ринок, тощо.).
9	Маркетинговий план	Загальна (генеральна) маркетингова стратегія (стратегія проникнення на ринок, стратегія росту тощо); політика ціноутворення; торговельна політика; сервісне й гарантійне обслуговування; реклама й просування товару; удосконалювання продукції й нова продукція
10	План виробництва (операційний план)	Виробничі приміщення; виробничий процес; джерела поставок матеріально-технічних ресурсів, устаткування, робочих кадрів; субпідрядники
11	Організаційний план	Юридична форма організації бізнесу; власники фірми й ключові керівники; організаційна схема й розподіл обов'язків; планування чисельності персоналу; консультанти й радники
12	Оцінка ризиків	Перелік можливих ризиків і проблем (слабкі сторони фірми); шляхи мінімізації ризиків (альтернативні стратегії)
13	Фінансовий план	План доходів і витрат (прибутків і збитків); план грошових надходжень і виплат (рух грошових коштів – грошові потоки); проект балансу (балансовий план); розрахунок беззбитковості й інших фінансових показників
14	Фінансові потреби	Потреба у фінансуванні; використання коштів; фінансова стратегія; повернення коштів інвесторам
15	Додатки й специфічні дані	Технічні дані про продукцію; копії контрактів, ліцензій, патентів тощо; організаційна схема; анкетні дані ключових керівників і ділові рекомендації; прейскуранти постачальників; звіт про аудит балансових документів; матеріали про ринок

Процес розробки бізнес-плану має свою внутрішню логіку – послідовність складання. Така послідовність етапів складання БП обумовлена взаємозв'язком питань, що вимагають рішення.

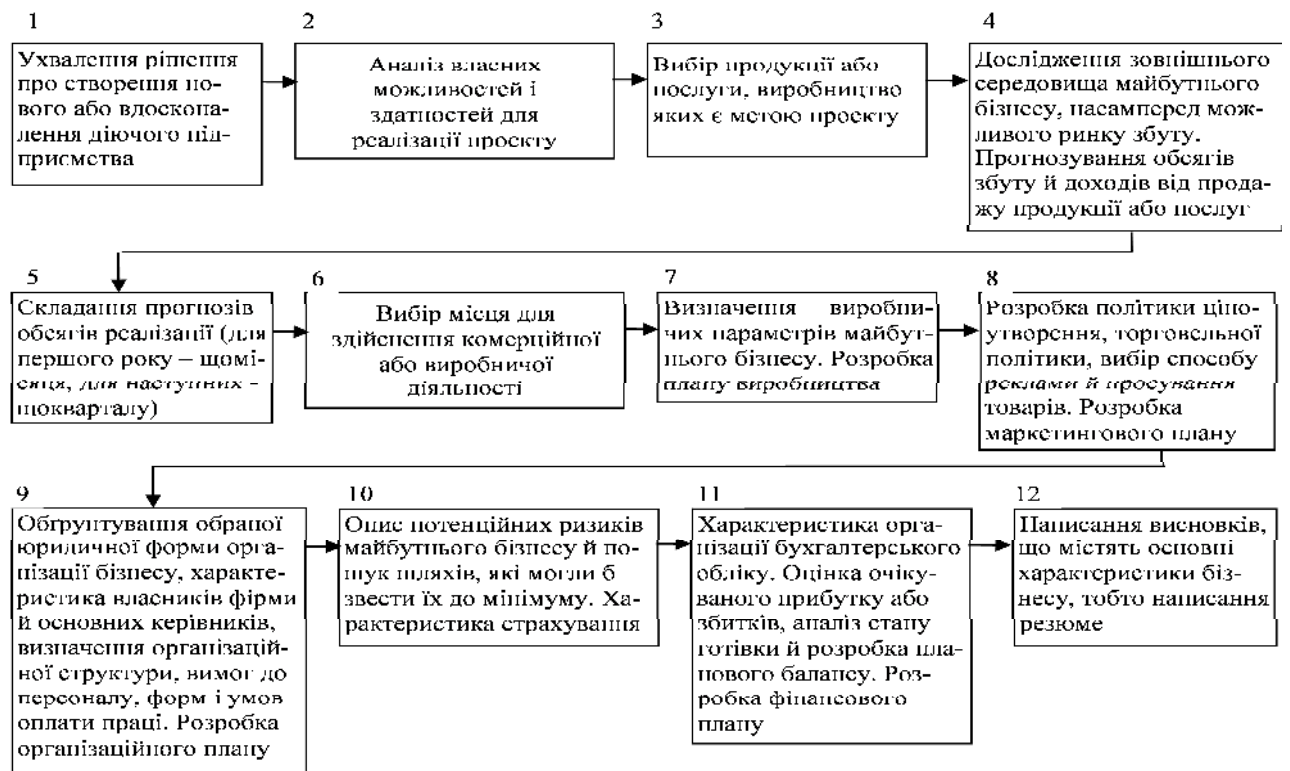


Рис. 92 Етапи розробки бізнес-плану

Література основна [1, 2, 3, 5, 6, 7], Додаткова [1, 4, 8, 9, 10, 11, 14, 15].

Контрольна робота за змістовним модулем 2 «Системи ведення інформаційного бізнесу»

Основні питання, які виносяться на контрольну роботу (тестування):

1. Моделі підприємницької поведінки.
2. Варіанти входження у світ бізнесу. Пошук ніші.
3. Аналіз чинників комерційних невдач. Визначення стратегічних потреб в інформаційних продуктах та послугах.
4. Вибір юридичної форми бізнесу.
5. Вибір стратегії поведінки та засобів реалізації підприємницької ідеї.
6. Методи пошуку інноваційних ідей.
7. Генерація ідей в інформаційному бізнесі.
8. Головні принципи формування команди.
9. Метод ментальних карт (Mindmapping) Т. Бьюзен.
10. Програмно-технологічна підтримка mindmapping.
11. Індустрія стартапів. Світові тенденції, вітчизняні особливості.
12. Бізнес-моделі в інформаційній сфері.
13. Модель Value Proposition.
14. Модель NABC.
15. Business Model Canvas.
16. Управління проєктами в інформаційному бізнесі.
17. Проєктивізація економіки та бізнесу XXI століття.
18. Ознаки та характеристики проєкту. Системи класифікації проєктів.

19. Поняття, система класифікації інвестиційних проектів.
20. Структура проекту в розрізі стадій життєвого циклу.
21. Розвиток методів управління проектами.
22. Показники економічної та бюджетної ефективності проекту.
23. Сучасні програмні засоби управління проектами.
24. Аналіз українського ринку ІСУП.
25. Функціональність ІСУП за поколіннях.
26. Проблеми менеджменту ІТ-проектів.
27. Основні умови і принципи підприємництва.
28. Види підприємницької діяльності.
29. Організаційно-правові форми бізнесу.
30. Засновники інформаційної фірми, їх функції.
31. Бізнес-план, цілі й завдання його розробки.
32. Призначення бізнес-плану та його функціональні ролі.
33. Зміст і структура бізнес-плану.
34. Послідовність складання бізнес-плану.
35. Вимоги і правила щодо оформлення бізнес-плану.
36. Дослідження й аналіз ринку, маркетинговий аналіз.
37. Політика ціноутворення; торговельна політика.
38. Аналіз ризиків організації інформаційного бізнесу.
39. Шляхи мінімізації ризиків (альтернативні стратегії).
40. Пошук джерел фінансування підприємницької ідеї.

5. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНІ МАТЕРІАЛИ

У процесі вивчення навчальної дисципліни використовуються наступні методи навчання:

- словесні методи: лекція, розповідь, бесіда, пояснення, дискусія, обговорення проблемних ситуацій, метод проектів, кейс метод, мозковий штурм, підготовка та захист рефератів;
- наочні методи: мультимедійна презентація, демонстрування (у вигляді роздаткового / ілюстративного матеріалу);
- практичні методи: розв'язання задач (в т.ч. розрахункових задач), виконання ситуаційних вправ / обговорення проблемних ситуацій, аналіз статистичних даних, виконання індивідуальних завдань, написання есе, підготовка і виступи з доповідями, обговорення доповідей.

Оцінювання знань здобувачів проводиться за формами контролю:

Поточний контроль:

- усний контроль: індивідуальне / фронтальне опитування за питаннями відповідної теми, оцінювання виконання індивідуальних самостійних завдань, захист проектів; оцінювання виконання рефератів (оцінювання доповіді та презентації);
- письмовий контроль: оцінювання розв'язання практичних задач, оцінювання якості виконання самостійної роботи за темами, порт фолію,

тестів для самоперевірки; оцінювання розв'язання ситуаційних вправ та проблемних ситуацій;

- тестовий контроль: оцінювання поточного тестування за темами.

Підсумковий контроль: залік.

Критерії оцінювання навчальних досягнень здобувачів вищої освіти за різними видами роботи

Вид роботи		Кількість балів
Поточний контроль:		
- Опитування за питаннями відповідної теми на практичному занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань		від 0 до 2
- Виконання рефератів за однією із запропонованих тем: доповідь та демонстрація презентації		від 0 до 3
- Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій		від 0 до 5
Періодичний контроль:		
- Контрольна робота за змістовними модулями у формі тестування		Від 0 до 10
Вид роботи	Бали	Критерії оцінювання
Опитування за питаннями відповідної теми на практичному занятті, участь здобувачів в обговоренні проблемних питань	0 балів	Здобувач не бере участь у практичному занятті, є лише спостерігачем; ніколи не виступає і не задає питання, незацікавлений у вивченні матеріалу; дає неправильні відповіді на запитання, показує незадовільне знання понятійного апарату і літературних джерел.
	1 бал	Здобувач іноді бере участь в практичному занятті; частково виступає і задає питання; допускає помилки під час відповідей на запитання; показує пасивну роботу на практичних заняттях; показує фрагментарні знання понятійного апарату і літературних джерел; показує невміння публічно представляти матеріал.
	2 бали	Здобувач бере активну участь у практичному занятті; демонструє глибокі знання, дає повні та детальні відповіді на запитання; бере активну участь у обговоренні проблемних питань, користується додатковою навчально-методичною та науковою літературою; вміє сформулювати своє ставлення до певної проблеми; висловлює власні міркування, наводить доцільні приклади; вміє знаходити найбільш адекватні форми розв'язання суперечностей; здатний публічно представити матеріал.
Виконання	0	Не зараховуються реферати (довідки) та презентації, які

рефератів однією запропонованих тем: доповідь та презентація	забалив із 1 бал	виконані не самостійно або запозичені з мережі Інтернет. Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам із незначними порушеннями, опрацьована актуальність теми, теоретичний аналіз містить неточності, але усно здобувач пояснює матеріал впевнено і за допомогою викладача виправляється, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані загальні висновки, тема загалом розкрита із незначними прогалинами, інформація у презентації подана з посиланням на джерела, однак вони оформлені із помилками.
	2 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно, оформлення відповідає вимогам, опрацьована актуальність теми із зазначенням невіршених раніше аспектів, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач усно та без допомоги викладача пояснює матеріал, змістовний матеріал представлений добре, у висновку сформульовані самостійні висновки, тема загалом розкрита, інформація у презентації подана із використанням самостійно розроблених схем, малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
	3 бали	Доповідь та презентація виконані самостійно та ориґінально, оформлення відповідає вимогам, актуальність теми повністю розкрита із зазначенням невіршених раніше аспектів, правильно визначені об'єкт і предмет, гіпотеза власного дослідження, метод відповідає тематиці та поставленій задачі, теоретичний аналіз ґрунтовний та самостійний, здобувач вільно презентує матеріал; зміст презентації не перевантажений слайдами з текстовим матеріалом; у висновку сформульовані самостійні ґрунтовні судження, підкріплені фактичними доказами та розрахунками, інформація на слайдах подана переважно схематично із використанням самостійно розроблених малюнків, графіків, містить посилання на джерела, які відповідно оформлені та є актуальними.
Розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних	0 балів	Здобувач практичну задачу, ситуаційну вправу, проблемну ситуацію не виконав.
	1 бал	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, але недостатньо розкрив сутність, допускаючи при цьому суттєві неточності; відсутні сформовані уміння та навички

ситуацій		дослідження і обґрунтування висновків; використано обмежену кількість джерел.
	2 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, але демонструє фрагментарні знання предмету вивчення і дослідження, має ускладнення щодо виділення суттєвих його ознак, виявлення причинно-наслідкових зв'язків і формулювання висновків; використано обмежену кількість джерел.
	3 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, у повній мірі демонструє знання предмету вивчення, чітко описує суттєві його ознаки, виявляє причинно-наслідкові зв'язки і формулює висновки; вільно використовує набуті теоретичні знання при аналізі практичного матеріалу; окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів.
	4 бали	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, у повній мірі обґрунтовує обрані методи та інструменти дослідження, повно і чітко представляє основні теоретичні поняття для аналізу практичного матеріалу; в аналітичній / розрахунковій частині надає повноцінний аналіз проблеми, що досліджується, її всебічне висвітлення, у висновку формулює розгорнуті висновки, окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів.
	5 балів	Здобувач виконав практичну задачу, розв'язав ситуаційну вправу, проблемну ситуацію, у повній мірі демонструє володіння навичками наукового дослідження; виявляє самостійність у підборі, аналізі та узагальненні відповідної статистичної та аналітичної інформації; із розглянутої проблеми робить чіткі вірні висновки. Здобувач виконує задачу, розв'язує ситуаційну вправу, проблемну ситуацію з творчим підходом, використовуючи нешаблонні фрази, демонструє розгорнуте, цікаве бачення, яке відрізняється власними роздумами, висновками; окрім рекомендованої літератури використовує додаткову, демонструє знання змісту відповідних нормативно-правових актів.
Контрольна робота	0 забалів	Відповідь на запитання неправильна.

темами у формі тестування	1 бал	Відповідь на запитання правильна.
---------------------------	-------	-----------------------------------

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти

Поточний та періодичний контроль						Сума балів
Змістовий модуль 1			Змістовий модуль 2			
T1	T2	T3	T4	T5	T6	100 балів
10	10	20	10	20	10	
Контрольна робота за змістовим модулем 1: 10 балів			Контрольна робота за змістовим модулем 2: 10 балів			
Разом за змістовним модулем 1: 50 балів			Разом за змістовним модулем 2: 50 балів			

Розподіл балів, які отримують здобувачі вищої освіти за результатами поточного, періодичного та підсумкового контролю

Теми практичних занять	Кількість балів за вид роботи	Разом балів
Змістовий модуль 1. Принципи організації та функціонування інформаційного бізнесу.		
Тема 1. Інформаційна економіка/ Інформаційна сфера економіки та її структура, її структура, інфраструктура та кон'юнктура ринку ІІ та послуг.	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0 - 10
Тема 2. Інформаційний бізнес та господарське середовище/ Технологія формування й використання інформаційних ресурсів в інформаційному виробництві.	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0 -10
Тема 3 .Організаційні форми інформаційного бізнесу та його розвиток / Венчурний бізнес в інформаційній сфері.	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0-10
Тема 3 .Організаційні форми інформаційного бізнесу та його розвиток / Альтернативні джерела інвестування Crowdfunding та Crowdsourcing	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0-10
Контрольна робота за ЗМ 1 (тестування)	0 - 10	0 - 10
Змістовий модуль 2. Системи ведення інформаційного бізнесу.		
Тема 4. Технологія організації власної справи/ Вибір стратегії поведінки й засобів реалізації підприємницької ідеї..	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0-10
Тема 5. Основи планування підприємницької діяльності. Бізнес-моделі в інформаційній сфері. Модель Value Proposition. Модель NABC. Business Model Canvas.	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0-10
Тема 5. Основи планування підприємницької діяльності. Управління проектами в інформаційному бізнесі. Оцінка ефективності інвестиційного проекту. Показники економічної, комерційної та бюджетної ефективності.	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0-10
Тема 6. Послідовність складання бізнес-плану інформаційного бізнесу, вимоги і правила щодо його оформлення.	0 – 2 (опитування) 0 – 3 (реферат, презентація) 0 – 5 (розв'язання практичних задач, ситуаційних вправ та проблемних ситуацій)	0-10
Контрольна робота за ЗМ2 (тестування)	0 - 10	0-10
Загалом сума балів		0 - 100

Шкала оцінювання: національна та ECTS

Сума балів за всі види навчальної діяльності	Оцінка ECTS	Оцінка за національною шкалою
		для заліку
90 - 100	A	зараховано
85 - 89	B	
75 - 84	C	
70 - 74	D	
60 - 69	E	
35 - 59	FX	не зараховано з можливістю повторного складання
0 - 34	F	не зараховано з обов'язковим повторним вивченням дисципліни

Політика щодо дедлайнів та перескладання: Роботи, які здаються із порушенням термінів без поважних причин, оцінюються на нижчу оцінку (-10%). Обов'язкова присутність здобувачів на підсумковому контролі. Перескладання відбувається із дозволу деканату за наявності поважних причин.

Політика щодо академічної доброчесності: регламентується Кодексом академічної доброчесності учасників освітнього процесу Одеського національного університету імені І.І. Мечникова, Положенням про запобігання та виявлення академічного плагіату у освітній та науково-дослідній роботі учасників освітнього процесу та науковців Одеського національного університету імені І.І. Мечникова (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>).

Політика щодо відвідування: Відвідування занять є обов'язковим. В окремих випадках навчання може відбуватись он-лайн з використанням дистанційних технологій. Порядок та умови такого навчання регламентуються Положенням про організацію освітнього процесу в ОНУ (<http://onu.edu.ua/uk/geninfo/official-documents>). У випадку відсутності здобувача на лекції або практичному занятті він зобов'язаний відпрацювати пропущене заняття через опитування в поза аудиторний час (час консультацій викладача). Невідпрацьовані заняття вважаються незданими і за них не нараховується оцінка в балах. У підсумку, оцінені за 100-бальною системою, знання здобувача відображаються у заліково-екзаменаційній відомості та заліковій книжці.

6. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Нормативно-правові акти

1. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 17.01.2018 р. № 67–р. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-r>.
2. Про державну підтримку розвитку індустрії програмної продукції : Закон України від 16. 10. 2012 р. № 5450–VI. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5450-17>.
3. Про доктрину інформаційної безпеки України: Указ президента України від 08.07.2009 р. № 514/2009. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514/2009>.
4. Про доступ до публічної інформації : Закон України від 13.01.2011 р. № 2939–VI. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17>.
5. Про електронні документи та електронний документообіг : Закон України від 22.05.2003 р. № 851–IV. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15>.
6. Про захист інформації в інформаційно–телекомунікаційних системах : Закон України від 5. 07. 1994 р. № 80/94–ВР. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80/94-vr>.
7. Про заходи щодо розвитку національної складової глобальної інформаційної мережі Інтернет та забезпечення широкого доступу до цієї мережі в Україні : Указ Президента України від 31.07.2000 р. № 928/2000. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/928/2000>.
8. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р. №40–IV. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
9. Про інформацію : Закон України від 02.10.1992 р. № 2657–XII. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>.
10. Про Концепцію Національної програми інформатизації : Закон України від 04.02.1998 р. № 75/98–ВР. URL : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/75/98-vr>.

Основна

1. Кори Коган., Сьюзет Блейкмор, Джеймс Вуд. Керування проектами. К.: Кондор, 2018. 240 с.
2. Маркетинг стартап-проектів / за заг. ред. С. О. Солнцева. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 218 с.
3. Менеджмент стартап проектів / О. А. Гавриш, В. В. Дергачова, М. О. Кравченко та ін.; Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Видавництво «Політехніка», 2019. 337 с.
4. Палеха Ю. І., Горбань Ю. І. Інформаційний бізнес: підручник. К.: Вид-во Ліра-К. 2015. 492 с.

5. Палеха Ю. І., Палеха О.Ю. Маркетинг інформаційних продуктів і послуг: навч. посібник. К. : Видавництво Ліра-К. 2013. 480 с.
6. Чайковська М. П. Інвестування: підручник. Одеса: ОНУ імені І.І.Мечникова, 2016. 322 с.
7. Чайковська М. П. Інноваційний менеджмент: навчальний посібник. Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2015. 374 с.
8. Чайковська М. П. Моделювання діяльності підприємств: навчальний посібник (Гриф МОН Лист № 1/11-18686 від 03.12.2013 р.). Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2013. 360 с.
9. Чайковська М. П. Маркетинг нововведень: методичний посібник. Одеса: ОНУ імені І.І. Мечникова, 2012. 56 с.
10. Чайковська М. П. Інформаційні системи і технології в менеджменті: навчальний посібник. (Гриф МОН Лист № 1/11-11357 від 14.12.2010 р.). Одеса: Астропринт, 2010. 256 с.

Додаткова

1. Chaikovska M., Bielenkaia E. Management Technologies of Business Modeling in IT Startup Marketing. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Том 6, № 1. С. 78-91.
2. Chaikovska M., Levitskaia A. Modern approaches to managing mobile marketing IT projects. Scientific journal. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Том 4. № 1. С. 88-97.
3. Chaikovska M., Yashkina O., Filatova V. Artificial Intelligence in Mobile Marketing: Conditions, Obstacles and Prospects of Using. *Маркетинг і цифрові технології*. 2020. Том 4. № 2. С. 53-60.
4. Chaikovska M., Oklander M., Oklander T., Yashkina O., Pedko I. Analysis of technological innovations in digital marketing. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2018. Vol. 5. № 3(95). P. 80-91.
5. Chaikovska M., Chaykovskyy O. Secure and efficient cloud computing environment. *International Scientific Journal INDUSTRY 4.0*, ISSUE 3/2018. Bulgaria:STUME, 2018. P.112-115.
6. Chaikovska M. Cechy społeczne kształtujące ekosystem IT w Ukrainie. *Innovations in science, society, economics: monograph* (Poland) Scientific editing Zbigniew Malara, Jan Skonieczny.Wroclaw,Wroclaw Polytechnic Institute, 2018. Pg.97-105.
7. Chaikovska M. IT-Infrastruktura as an adaptive catalyst of societal system development. *Formation and Transformation Adaptive Business Organization: International collective monograph Volume 1/ Promotion agency "MP Group". 9. Apakidze str. Tbilisi. Georgia. 2017. P. 242-250.*
8. Eric Ries The Lean Startup: How Today's Entrepreneurs Use Continuous Innovation to Create Radically Successful Businesses. Currency, 2011. 336.
9. Field B. Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City. New York : Willey. 2012. 224 p.

10. Ken Colwell Starting a Business QuickStart Guide: The Simplified Beginner's Guide to Launching a Successful Small Business, Turning Your Vision into Reality, and ... Dream (QuickStart Guides- Business). ClydeBank Media LLC, 2019. 289 p.
11. Steve Blank and Bob Doft The Startup Owners Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company. K & S Ranch; 1st edition, 2012. 608 p.
12. Білл О. 24 кроки до успішного стартапу. Дисципліноване підприємництво. Видавництво: Наш Формат, 2019. 350 с.
13. Чайковська М. П. Соціетальні особливості та маркетингові аспекти формування ІТ-екосистеми України. *Теоретико-методичні основи управління соціетальними системами в умовах інноваційно-екологічного розвитку: маркетингові аспекти* : монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. О. В. Садченко. Одеса : Інтерпринт, 2020. С. 70-80.
14. Чайковська М. П. Концептуально-методологічні засади управління маркетинговими ІТ-проєктами в умовах цифрових трансформацій : *монографія*. Одеса : ОЛДІ-ПЛЮС, 2021. 370 с.
15. Чайковська М.П., Беленькая Е. П. Сучасні детермінанти та виклики маркетингового менеджменту ІТ-стартап індустрії України. *Маркетинг і цифрові технології*. 2022. Том 6, № 3.

Електронні інформаційні ресурси

1. Офіційний сайт Кабінету Міністрів України [Електронне джерело]: офіційний сайт / Кабінет Міністрів України. : <http://www.ukrgold.net/links/21951/21962/>.
2. Верховна Рада України [Електронне джерело]: офіційний сайт / Верховна Рада України. <http://www.rada.gov.ua>.
3. Офіційний сайт Рахункової палати України [[Електронне джерело]: офіційний сайт / Рахункова палата України; ЗАТ «Софтлайн». : <http://www.as-rada.gov.ua/control/main/uk/index>.
4. Інтернет портал «Діяльність системи ООН з досягнення Цілей розвитку тисячоліття» [Електронне джерело]: Секція веб-послуг Департаменту громадської інформації ООН.: <http://www.un.org/russian/millenniumgoals/>.
5. Національне агентство України з питань державної служби [Електронне джерело]: офіційний сайт – Режим доступу: <http://nads.gov.ua/control/uk/index>
6. Державна фінансова інспекція України [Електронне джерело]: офіційний сайт – Режим доступу : www.dkrs.gov.ua
7. Державний комітет статистики України <http://www.ukrstat.gov.ua/>
8. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського <http://www.nbuv.gov.ua/>
9. Національна парламентська бібліотека України <http://www.nplu.kiev.ua/>

Створення MindMap в ConceptDraw MindMap

1. Відкрити програму. Створити головну думку
2. Для накидання ідей можна використовувати “brainstorm” у верхній панелі меню. Тут можливо задати час та записувати всі ідеї для вирішення заданої проблеми.
3. Для додавання варіантів до вирішення заданої цілі вибираємо “subtopic” та записуємо варіант
4. В програмі є можливість вибрати тему та формат схеми
5. У верхньому меню в правій стороні у “arrange” вибираємо у якому вигляді буде схема
6. Варіанти є можливість також доповнювати чи розписувати за допомогою “subtopic”
7. У вкладці Format вибираємо дизайн, колір, форму, тощо.

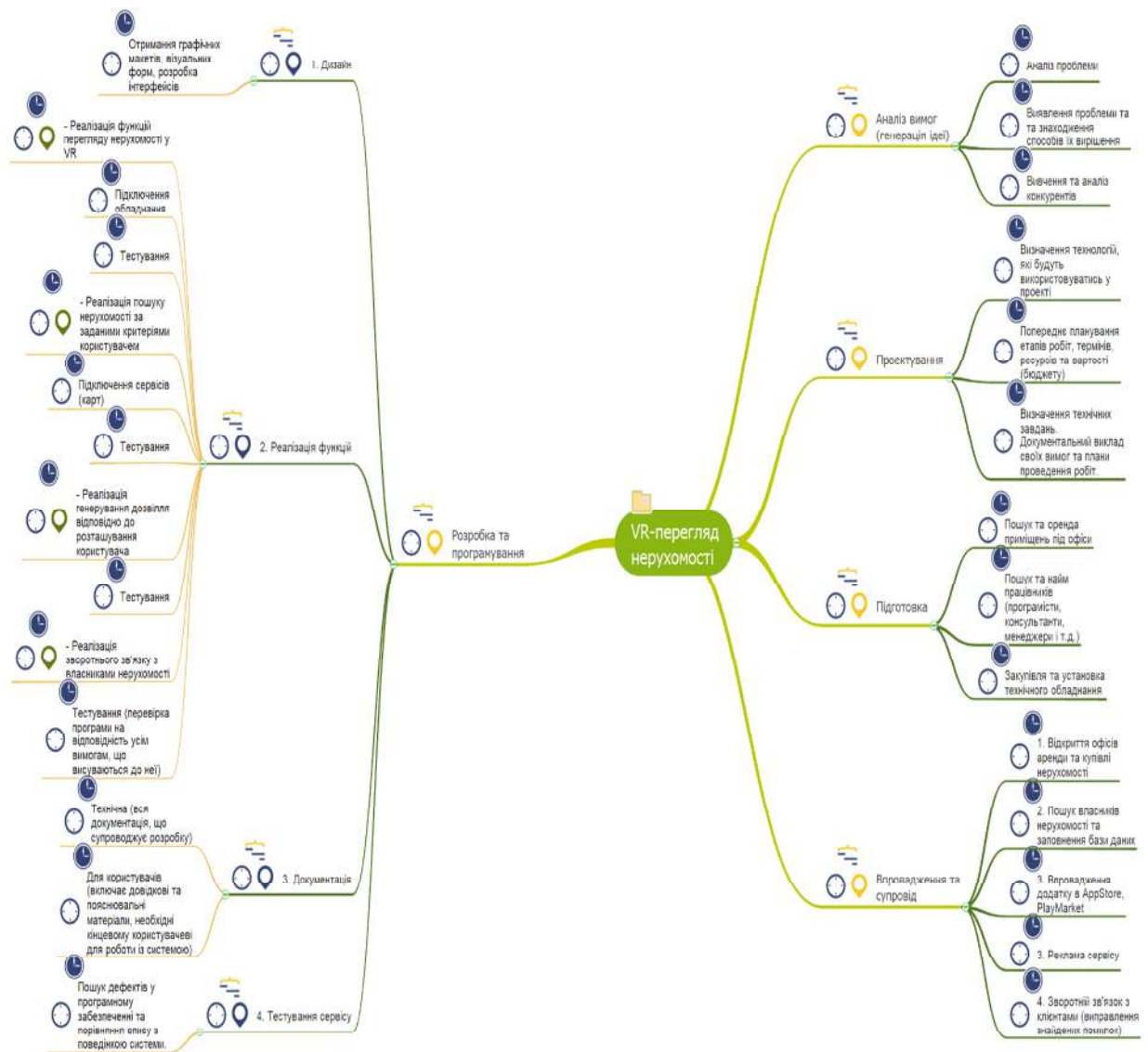


Рис. А.1 MindMap ідеї створення інформаційного бізнесу.

Приклади застосування бізнес-моделей

Модель Value Proposition.



Рис. Б.1 Модель Value Proposition створення інформаційного бізнесу

Business Model Canvas

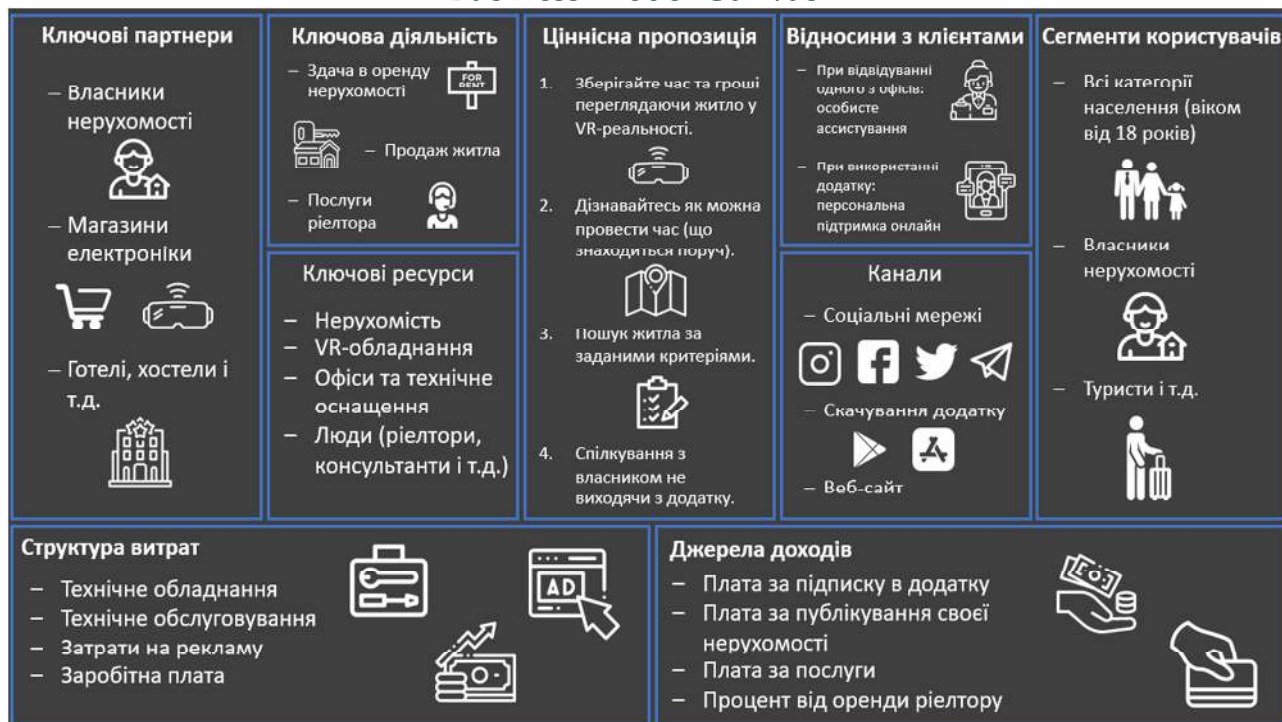


Рис. Б.2 Модель Business Model Canvas інформаційного бізнесу

Business Model Canvas



Рис. Б.3 Модель Business Model Canvas інформаційного бізнесу

NABS (Need Approach Benefit Competition) model

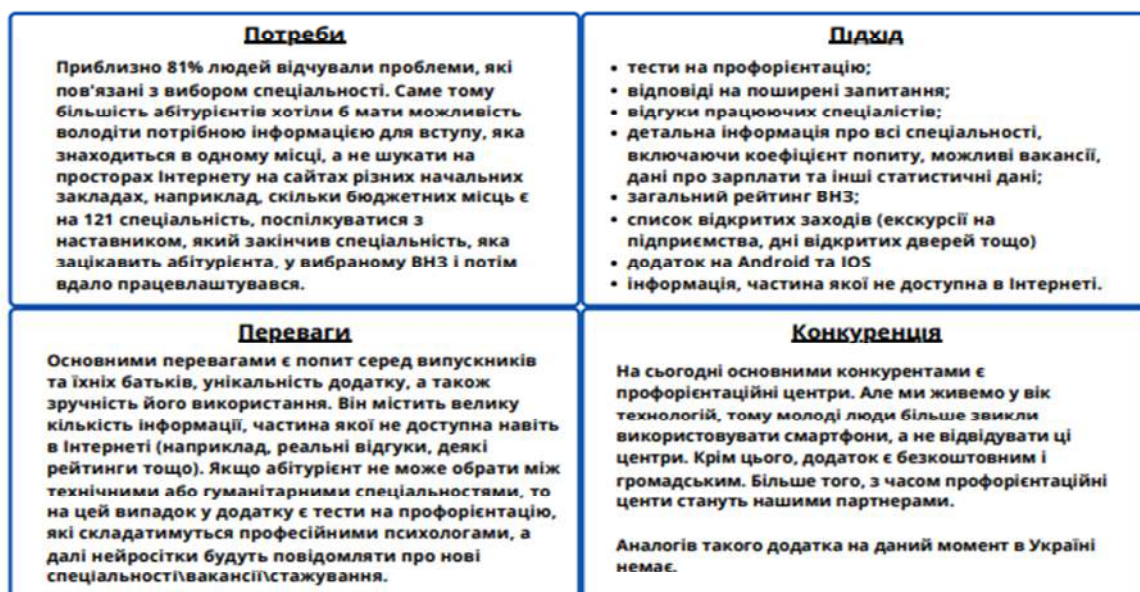


Рис. Б.4 Модель NABS інформаційного бізнесу

Створення Діаграм та звітів в ConceptProject

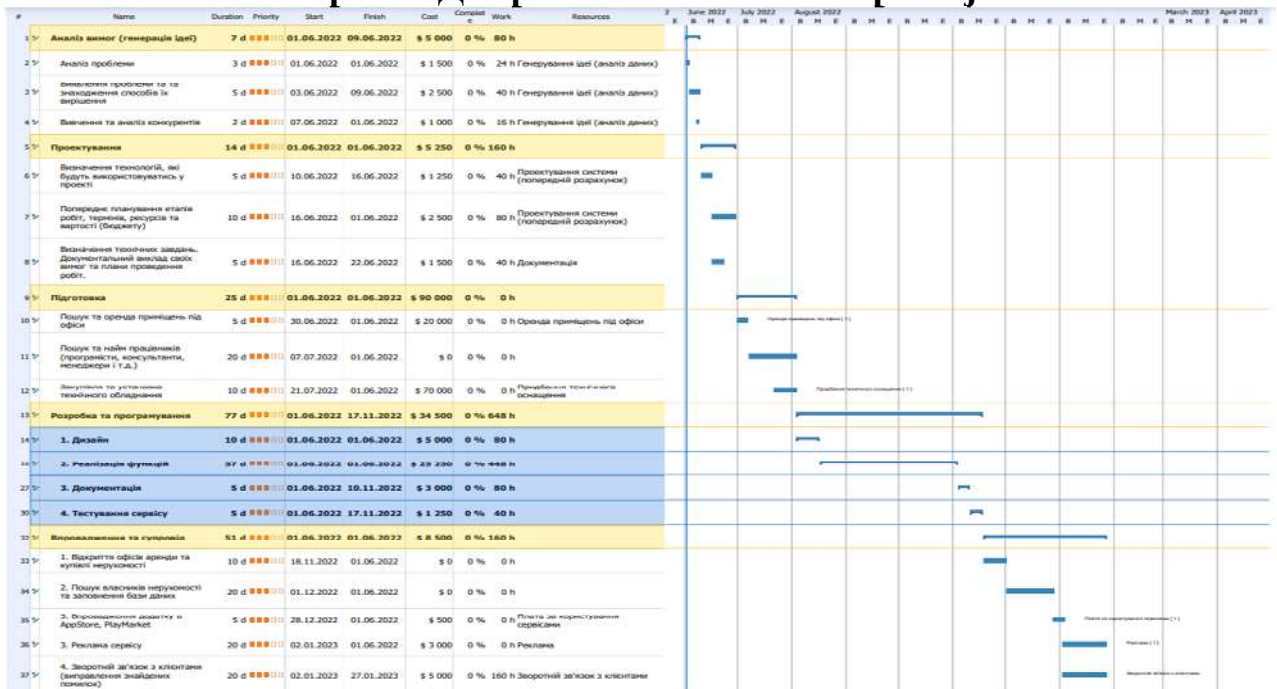


Рис. В.1 Діаграма Ганта проекту інформаційного бізнесу

#	Name	Type	Cost
1	Генерація ідей (аналіз даних)	Work	\$ 500/d
2	Проектування системи (попередній розрахунок)	Work	\$ 5 000/mo
3	Розробка функцій	Work	\$ 10 000/mo
4	Тестування	Work	\$ 5 000/mo
5	Реклама	Cost	\$ 3 000
6	Оренда приміщень під офіси	Cost	\$ 20 000
7	Придбання технічного оснащення	Equipment	\$ 70 000
8	Зворотній зв'язок з клієнтами	Work	\$ 5 000/mo
9	Документація	Work	\$ 1 500/w
10	Плата за користування сервісами	Cost	\$ 500

Рис. В.2 Ресурсна діаграма проекту інформаційного бізнесу



Рис. В.3 Мережева діаграма проекту інформаційного бізнесу

Приклад розрахункового завдання

Проект, розрахований на 5 років, потребує інвестицій у розмірі \$150000. У перші 2 роки ніяких надходжень не очікується, проте в подальші роки щорічний дохід складе \$60000. Коефіцієнт дисконтування дорівнює 20%. Розрахувати основні показники ефективності проекту.

Таблиця В.1.

Показник	1	2	3	4	5	FV	PV
Z	30000	30000	30000	30000	30000	150000	
CF	-	-	60000	60000	60000	180000	
Коефіцієнт. Дисконтування (I)	1	0,83	0,69	0,58	0,48	-	-
Z _d	30000	24900	20700	17400	14400	-	107400
CF _d			41400	34800	28800		105000

$$R = 20\% = 0,2$$

$$I = 1/(1+R)^k$$

$$I_0 = 1/(1+0,2)^0 = 1 \text{ (за перший рік)}$$

$$I_0 = 1/(1+0,2)^1 = 0,83 \text{ (за другий рік)}$$

$$I_0 = 1/(1+0,2)^2 = 0,69 \text{ (за третій рік)}$$

$$I_0 = 1/(1+0,2)^3 = 0,58 \text{ (за четвертий рік)}$$

$$I_0 = 1/(1+0,2)^4 = 0,48 \text{ (за п'ятий рік)}$$

$$Z_d = Z * I$$

$$Z_{d1} = 30000 * 1 = 30000$$

$$Z_{d2} = 30000 * 0,83 = 24900$$

$$Z_{d3} = 30000 * 0,69 = 20700$$

$$Z_{d4} = 30000 * 0,58 = 17400$$

$$Z_{d5} = 30000 * 0,48 = 14400$$

$$CF_d = CF * I$$

$$CF_{d3} = 60000 * 0,69 = 41400$$

$$CF_{d4} = 60000 * 0,58 = 34800$$

$$CF_{d5} = 60000 * 0,48 = 28800$$

$$NPV = CF_d - Z_d = 105000 - 107400 = -2400 < 0$$

$$PP = (Z_d * n) / CF_d$$

$$PP = (107400 * 3) / 105000 = 3,069$$

$$PI = CF_d / Z_d$$

$$PI = 105000 / 107400 = 0,978 = 97,8\%$$

Інвестиційний проект неефективний та надає збитків 2,2 %.

Навчальне видання

Чайковська Марина Петрівна

Оригінал-макет виготовлено в авторській редакції

**Кафедра маркетингу та бізнес-адміністрування
Економіко-правовий факультет
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова
Французький бульвар, 24/26, м. Одеса, 65058**