

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ОСНОВИ БІЗНЕСУ

Навчальний посібник

(за загальною редакцією д.е.н., проф. Н. В. Сментини)

Харків
2021

УДК 005.936.3(075.8)
О 75

Рекомендовано до друку Вченою радою Одеського національного економічного університету (протокол № 6 від 16 лютого 2021 р.)

Рецензенти:

Сафонов Ю. М. – доктор економічних наук, професор, заслужений працівник освіти України, заступник директора із науково-методичної роботи Державної наукової установи «Інститут модернізації змісту освіти».

Барна М. Ю. – доктор економічних наук, професор, Львівський торговельно-економічний університет

Желюк Т. Л. – доктор економічних наук, професор, Західноукраїнський національний університет

О: 75 **Основи бізнесу:** навч. посіб. / за ред. Н. В. Сментини. – Харків: «Діса плюс», 2021. – 425 с.

ISBN

Навчальний посібник розроблено відповідно до програми навчальної дисципліни «Основи бізнесу» для студентів початкового (короткий цикл) та першого (бакалаврського) рівня спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність».

Посібник містить теоретичні матеріали відносно основ теорії бізнесу та механізму започаткування підприємницької діяльності, а також практичні завдання, які дають змогу виробити вміння та набути навичок практичного застосування технологій організації бізнесу.

Видання розраховано на студентів економічних спеціальностей, аспірантів, викладачів так і широке коло фахівців з підприємництва.

ISBN

© Сментина Н. В. 2021

ПЕРЕДМОВА

Ринкова економіка – це економіка вільного підприємництва або система господарювання, заснована на широкому прояві бізнесу. Бізнесом прийнято вважати самостійну ініціативну економічну діяльність, що здійснюється за рахунок власних та залучених ресурсів, має ризиковий характер і належний рівень відповідальності та ставить за мету отримання прибутку та розвиток власної справи шляхом задоволення потреб суспільства в умовах ринку.

Світовий досвід і практика господарювання показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Одночасно найбільш динамічним елементом структури національної економіки, що постійно змінюється, є малий бізнес.

Для того щоб успішно займатися бізнесом, уникнути невдач і провалів, необхідно глибоко розуміти сутність підприємницької діяльності. Тому важливе місце в підготовці фахівців із підприємництва, торгівлі та біржової діяльності посідає дисципліна «Основи бізнесу».

У сучасній науковій літературі досить часто можна спостерігати ототожнення та заміщення термінів «бізнес» і «підприємництво». Автори навчального посібника розділяють позицію більшості дослідників відносно того, що поняття «бізнес» є ширшим, ніж «підприємництво», оскільки воно охоплює всі відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки, включаючи не лише підприємців, а й споживачів, найманих працівників, державні структури. Бізнес також включає здійснення будь-яких одноразових угод у будь-якій сфері діяльності. Бізнесмену притаманні такі якості як: бажання отримання швидкого прибутку, авантюризм, комплексне знання з основ економіки.

Навчальний посібник підготовлено відповідно до робочої програми однойменної навчальної дисципліни циклу професійної підготовки здобувачів початкового (короткий цикл) та першого (бакалаврського) рівня освіти, що навчаються за спеціальністю «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Дисципліна «Основи бізнесу» передбачає формування у майбутніх фахівців з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності економічного мислення, набуття комплексу теоретичних знань, практичних навичок і умінь приймати рішення з організації бізнесу.

Формуючи навчальний посібник, автори виходили з необхідності дотримання логіки вивчення дисципліни. Авторський колектив поставив за мету максимально охопити зміст дисципліни, включаючи теоретичні, навчально-інформаційні та прикладні теми.

Навчальний посібник містить тринадцять тем. Кожна тема в навчальному посібнику структурно подана в такому вигляді: інформація про зміст теми, основні терміни, що будуть розглядатися, теоретичний матеріал, контрольні запитання до теми, тестові та ситуаційні завдання за темою, теми презентацій, джерела інформації для більш поглибленого вивчення матеріалу теми.

Теоретичний матеріал подано базуючись на базових положеннях законодавства України відносно основ теорії бізнесу та механізму започаткування підприємницької діяльності. Послідовно у навчальному посібнику розглянуто економічну природу бізнесу та підприємництва, складові елементи підприємницького середовища, особливості державного регулювання бізнесу, обмеження у здійсненні підприємницької діяльності, види та форми підприємництва, особисті якості успішного підприємця, логіку процесу створення власної справи, можливі способи входження у бізнес, особливості вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності, різновиди системи оподаткування, процедуру державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, а також елементи системи забезпечення функціонування бізнесу. Тестові завдання складені таким чином, щоб охопити найважливіші аспекти кожної теми. Прикладні аспекти дисципліни представлені в навчальному посібнику ситуаційними завданнями, які дають змогу закріпити, розширити та поглибити здобуті теоретичні знання, а також сформувані вміння їх застосовувати на практиці. Авторський колектив прагнув до того, щоб розвивати й закріплювати навички комплексного мислення. Подані завдання мають наскрізний характер і так пов'язані між собою, щоб виконання кожного з них ґрунтувалося на попередньо набутих знаннях та навичках.

Над окремими темами працювали:

Доброва Н. В. (тема 1, тема 2, тема 5, тема 10, тема 11);

Каражия Е. А. (тема 4)

Репушевська О. Ю. (тема 2, тема 4);

Сментина Н. В. (тема 2, тема 3, тема 7, тема 12, тема 13);

Фіалковська А. А. (тема 8, тема 9);

Янковий В. О. (тема 6);

Видання призначене як для самостійної роботи студентів з матеріалом дисципліни, так і для практичних занять у студентських групах під керівництвом викладача.

Навчальний посібник буде корисним як студентам економічних спеціальностей, аспірантам, викладачам так і широкому колу фахівців з підприємництва.

РОЗДІЛ I

ОСНОВИ ТЕОРІЇ БІЗНЕСУ

ТЕМА 1

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 1.1. Поняття та історія розвитку підприємництва.
- 1.2. Бізнес і підприємництво: тотожність та відмінність понять.
- 1.3. Елементи системи бізнесу.
- 1.4. Поняття підприємницької діяльності, її ознаки та принципи.
- 1.5. Основні функції підприємництва та їх характеристика.
- 1.6. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.
- 1.7. Рушійні сили підприємництва.

 **Основні поняття та терміни:** Бізнес, підприємництво, бізнесмен, підприємницький бізнес, виробниче підприємництво, комерційне підприємництво, фінансове підприємництво, державний бізнес, споживчий бізнес, стратегічна сфера бізнесу, місія підприємства, суб'єкти господарювання, об'єкти підприємницької діяльності.

1.1. Поняття та історія розвитку підприємництва

Історія підприємництва розпочинається ще із середньовіччя. На той час купці, торговці, ремісники були підприємцями-початківцями.

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва почалися в XVII ст., хоча співтовариства підприємців, які складалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше. Уперше поняття «підприємець» у науковий обіг увів англійський економіст Річард Кантільйон, який зробив також систематичний аналіз підприємництва. Він розумів підприємництво як економічну функцію особливого роду та підкреслював завжди присутній у ньому елемент ризику. Р. Кантільйон визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, щоб виробити продукцію і продати її для одержання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання з витрат, не знає, за якими цінами може відбутися реалізація. До підприємців Кантільйон зарахував людей з нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян), тобто тих, хто був зайнятий економічною діяльністю в умовах нестабільності та непередбачуваності цін. Тому головною рисою підприємця Р. Кантільйон вважав готовність до ризику.

Вагомий внесок у дослідження феномену підприємництва протягом XVIII-XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Ж. Сей, А. Маршалл, Й. Шумпетер та ін.

Адам Сміт перебував під значним впливом Річарда Кантільйона і фізіократів. Він багато говорив про роботодавців, майстрів, купців і підприємців, але не приділяв ніякої уваги бізнесменам, які відігравали, на диво, незначну роль у його аналізі економічних процесів. Більше того, складається враження, що А. Сміт вважав ці процеси такими, що самоініціюються та самопідтримуються. А. Сміту була притаманна схильність до переоцінки значення праці й недооцінки бізнесу, у рамках якого здійснювалася праця. Він намагався поставити знак рівності між власниками капіталів і бізнесменами та вірив, що за наявності капіталу, праці та сировини бізнес виникає спонтанно. Підприємець, за висловом А. Сміта, є власником, який іде на економічний ризик заради реалізації певної комерційної ідеї та отримання прибутку. Підприємець планує, організує виробництво та розпоряджається його результатами.

У XVIII ст. подальше осмислення поняття «підприємництво» здійснював французький економіст Жан Батіст Сей, який пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці. Він мав особистий досвід у сфері бізнесу, образно сприймав його, чого були позбавлені інші класичні економісти. Для Ж.Б. Сея підприємець – це людина, яка організує інших людей у рамках виробничої одиниці. Він ставив підприємця в центр процесу виробництва й теорії розподілу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів. Зокрема, Ж.Б. Сей вважав, що підприємець – це економічний агент, який комбінує фактори виробництва (землю, капітал та працю).

Альфред Маршалл ототожнював підприємництво з менеджментом. У фундаментальній праці «Принципи економіки» (1890 р.) А. Маршалл особливо наголосив на інноваційному моменті та активній ролі самого підприємця в застосуванні нових машин і технологічних процесів.

Апогеєм у розробці теорії підприємництва стали праці австро-американського економіста й соціолога Йозефа Шумпетера. Концепція підприємництва Й. Шумпетера ґрунтується на трьох головних засадах:

1) функція підприємництва полягає головним чином у революціонізації та реформуванні виробництва шляхом використання різноманітних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків, реорганізації виробництва. Отже, змістом підприємництва є «здійснення нових комбінацій» факторів виробництва або різні нововведення;

2) підприємництво є універсальною загальноекономічною функцією будь-якої економічної системи та поєднується з виконанням інших видів діяльності (управлінням, науковими розробками, маркетингом та ін.) і тому «розподіляється» серед різних спеціалістів. Статус власника не виступає в Шумпетера визначальною властивістю підприємця;

3) підприємництво є функцією господарсько-політичного середовища, яке визначає його можливості, типи, мотивації.

У центр своєї теорії економічного розвитку Й. Шумпетер поставив підприємця, у якому втілені принципово нові підприємницькі якості, що стали рушієм економічного науково-технічного прогресу ХХ ст. Підприємницьку функцію він ототожнював із функцією економічного лідерства і новаторства. Й. Шумпетер зазначав, що інновація – плід підприємництва, а підприємець – творець інновації.

Процес виробництва Й. Шумпетер розглядав як певну комбінацію сил і засобів, а завдання підприємця вбачав у тому, щоб своєчасно і правильно комбінувати їх. На його думку, квінтесенція підприємницької діяльності полягає в тому, щоб ефективно здійснювати п'ять типів «нових комбінацій».

1. Виробництво нових благ та поліпшення якості сучасних благ.
2. Впровадження нових способів виробництва.
3. Відкриття та освоєння нових ринків збуту.
4. Використання нових джерел отримання сировини чи напівфабрикатів.
5. Проведення реорганізації в певній галузі чи в промислових організаціях нового типу.

Узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва і на роль підприємця в контексті історичної еволюції, можна констатувати, що підприємець – це активний суб'єкт пошуку й реалізації нових можливостей у генеруванні та освоєнні новаторських ідей, розробленні нових продуктів і технологій та здійсненні ризикованої діяльності, спрямованої на отримання прибутку.

1.2. Бізнес і підприємництво: тотожність та відмінність понять

На сучасному етапі найчастіше використовуються такі види концепцій бізнесу позитивна, критична та прагматична (рис. 1.1).

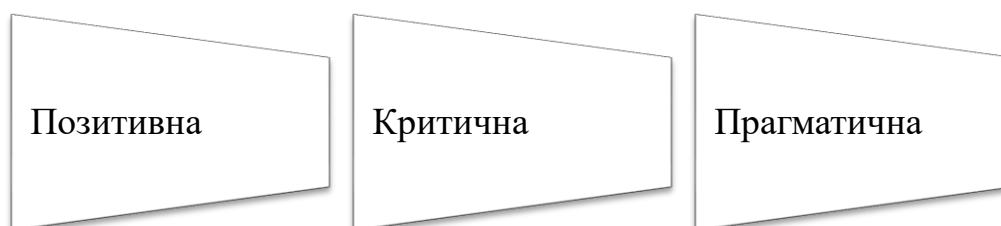


Рис. 1.1 – Види концепцій бізнесу

Позитивна концепція бізнесу, відповідно до якої бізнес розуміється як суспільно-корисна діяльність людей, що здійснюється виключно з ініціативи власника бізнесу з метою виробництва товарів або надання послуг для інших людей. Такий підхід передбачає, що бізнес є економічним базисом суспільства зокрема і держави в цілому. Всі дії з розвитку бізнесу, його просування і

реалізації працюють на поліпшення соціально-економічного клімату в країні. Такий підхід в основному використовується американськими бізнесменами.

Основними складовими даного підходу є таке:

- бізнес націлений на загальне благо, він підпорядкований загальним інтересам, люди працюють на благо суспільства;
- бізнес – це типова риса життя людей в цілому;
- бізнес – це несуперечливе явище;
- бізнес визначає основний зміст розвитку економіки.

Критична концепція бізнесу, відповідно до якої бізнес – це діяльність людей, спрямована виключно на отримання доходів або прибутку. Тут слід зазначити, що гонитва за прибутком може приймати будь-які форми. Дуже часто буває, що для отримання прибутку підприємці нав'язують свої інтереси оточуючим.

Основними складовими даного підходу є таке:

- бізнес націлений на нав'язування частиною людей (бізнесменів) своїх корисливих інтересів іншим людям;
- бізнес – це гранично суперечливе явище, здатне породити і породжує різноманітні конфлікти в суспільстві;
- бізнес – це небажаний компонент життя людей в цілому, розсадник криміногенних процесів;

Прагматична концепція бізнесу, коли бізнес розглядається як явище неминуче в контексті розвитку суспільства, необхідне і самим бізнесменам, які прагнуть задовольнити свої корисливі інтереси, і інших членів суспільства, які завдяки бізнесу отримують можливість насичувати свої потреби в товарах і послугах. У цьому випадку бізнес виступає в ролі необхідної діяльності, на основі якої будується кожне суспільство. Бізнес необхідний як підприємцям, так і оточуючим. Бізнесмени отримують прибуток реалізуючи свій товар або пропонуючи послуги. А споживачі задовольняють за допомогою товарів і послуг свої потреби.

Основними складовими даного підходу є таке:

- бізнес – це необхідний і неминучий компонент життя людей в цілому; він об'єднує, з одного боку, прагнення окремих громадян до вилучення доходів, з іншого - прагнення інших людей до задоволення своїх потреб у товарах, роботах, послугах;
- бізнес – це суперечливе явище, але ці протиріччя, хоча і можуть виступати причиною різноманітних конфліктів, в загальному, служать джерелом розвитку економіки і не мають абсолютно руйнівного характеру;
- бізнес – базується на відносинах між людьми, кожен з яких, вступаючи в ці відносини, переслідує власні інтереси, не обов'язково збігаються з інтересами інших людей; з одного боку природна конкуренція інтересів веде до нав'язування інтересів одних людей іншим, до ущемлення інтересів і в кінці кінців, дійсно, може привести до непередбачуваних наслідків; з іншого боку, в кінцевому підсумку конкуренція інтересів не призводить до згубних наслідків для людського суспільства, а навпаки, до постійного зростання економіки і добробуту людей;

– бізнес – це історично-неминуще явище.

У господарській практиці підприємництво і бізнес зазвичай ототожнюються. Але це лише зовнішня проява. Насправді обидва ці терміни не тотожні. Бізнес охоплює відносини, які виникають між усіма учасниками ринкової економіки та приводить у дію не тільки підприємців, але і споживачів, найманих робітників, державні структури.

Бізнес – поняття більш широке, ніж поняття підприємництво. Це обумовлено двома основними обставинами.

По-перше, бізнес охоплює більший спектр видів діяльності шляхом проведення як одноразових, так і постійних бізнес-операцій. Підприємництво здійснюється тільки у видах діяльності, дозволених законодавством України. Підприємець – той, хто пройшов процедуру державної реєстрації в місцевих органах влади, набув певного статусу, має ліцензію, сплачує податки, веде облік та документацію.

По-друге, кількість учасників у бізнесі більша, ніж кількість офіційно зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності. Тобто підприємництво є категорією бізнесу.

Більш широке визначення бізнесу веде до того, що залежно від кута зору йому можна дати декілька ознак. Наприклад, **бізнес** як система господарювання – це ділові відносини між людьми або учасниками справ. Ділові відносини – це вираження виробничих відносин. Діяльність будь-якого суб'єкта господарського процесу є його «справою». Обмін діяльністю та її результатами – це обмін справами або ділова угода. Учасниками ділових угод є ділові люди – бізнесмени.

Бізнес можна розглядати як засіб функціонування підприємства в ринковому середовищі. При цьому не важливо, до якої галузі діяльності він належить: до промисловості, сільського господарства, торгівлі, фінансово-банківської сфери, науково-технічного обслуговування тощо. Головне – це діяльність, спрямована на досягнення успіху, отримання доходу, а конкретна галузь визначає лише її особливості.

Бізнес – діяльність, яка здійснюється приватним особами чи підприємствами (організаціями) щодо використання природних благ, виробництва, придбання та продажу товарів чи надання послуг в обмін на інші товари, послуги або гроші, що приводить до взаємної вигоди зацікавлених сторін.

Справа в тому, що для успішного ведення бізнесу недостатньо володіти окремими його функціями. У бізнесі, як і будь-якому іншому творчому процесі, велику роль відіграють природні здібності, фантазія, вміння абстрагуватися від плинної діяльності та інші. Провідні дослідники бізнесу довели, що ці фактори обумовлені не тільки природною схильністю людини, але також і виховуються практикою, коли корпоративна культура підприємницької структури націлена на активізацію творчого потенціалу своїх співробітників.

Думка про те, що бізнесу можна навчитися, є дискусійною. У результаті навчання можна отримати лише інформацію. У свою чергу, бізнес, як і будь-який творчий процес – це система знань. Інформація для знання є лише

сировиною, яку треба переробити для отримання результату. Творчість, тобто спрямованість на отримання чогось нового, є найголовнішим у бізнесі. Можна бути глибоко обізнаним на методах ведення бізнесу, уміти читати баланс, знати про методи впровадження продукту на ринок, але без бізнес-ідей, народжених творчою думкою цей бізнес буде мертвим. Він буде стояти на одному місці. І тільки тоді, коли справа заснована на ідеях або народжує нові ідеї, у підприємництва з'являються перспективи зростання та одержання прибутку.

Бізнес – це будь-який вид безпосередньої діяльності для отримання прибутку. Він передбачає залучення власних засобів або опосередковану участь у такій діяльності через вкладення у справу власного капіталу. У бізнесі не обов'язкове безпосереднє керівництво, можлива тільки форма участі (наприклад, через деякі засоби, гроші тощо). Ось чому служба в державних установах, робота за наймом у компанії не є бізнесом, але володіння акціями компанії або робота на власному підприємстві – це бізнес.

Ринок є стимулом розвитку бізнесу, а дефіцит ресурсів – його межею. На ринку суб'єкти господарської діяльності взаємодіють або як виробники або як споживачі. Ринок установлює ціни і визначає обсяг виробництва. Так вирішується питання «*що, як і скільки* треба виробляти?».

Питання «що виробляти» вирішується через гроші споживача товару або послуги; «як виробляти» – шляхом конкурентної боротьби між виробниками; «скільки виробляти» – через співвідношення попиту та пропозиції.

Бізнесмен – це головна фігура ринку. Активізація бізнесу матеріалізується в поліпшенні стану суспільного виробництва, формує новий тип економічної поведінки суб'єктів господарювання і відповідного йому механізму.

Цільове спрямування ділової активності (бізнесу) полягає в задоволенні потреб та інтересів. Стимул – важлива характеристика розвитку бізнесу. Очікування винагороди є не тільки рушійною силою бізнесу, але і фактором його розвитку.

Таким чином, підприємництво і бізнес розрізняються між собою в теоретичному плані. На практиці підприємництво виступає як підприємницький бізнес і залучає тільки свого суб'єкта, а не всіх учасників ринку. Бізнес без підприємництва не існує. Підприємництво – не тільки елемент системи бізнесу, але і фактор його розвитку.

1.3. Елементи системи бізнесу

Система бізнесу як система господарювання охоплює такі елементи:

- підприємницький бізнес;
- державний бізнес;
- споживчий бізнес.

Підприємницький бізнес – це особливий вид економічної активності, доцільної діяльності, яка базується на самостійній ініціативі, відповідальності та ініціативній підприємницькій ідеї; ця діяльність спрямована на одержання прибутку через виробництво, реалізацію та виконання робіт і послуг.

Залежно від сфер діяльності, підприємницький бізнес поділяється на виробниче, комерційне і фінансове підприємництво.

Виробниче підприємництво переважно займається створенням і постачанням на ринок товарів і представлене підприємствами. Виробничі підприємства займають центральне місце в усьому підприємницькому середовищі. Вони не тільки формують товарну масу чи матеріальну основу для функціонування ринку, але й виступають як найбільший споживач. Виробничі підприємства формують основний попит на фінансові, трудові та матеріальні ресурси.

Комерційне підприємництво пов'язане з обміном, розподілом і споживанням товарів через торговельні заклади та біржі. Вони є типовими посередниками між виробничими підприємствами та споживачами.

Фінансове підприємництво охоплює обіг та обмін вартостей через банки та фондові біржі. Об'єднуючи власний та залучений капітал, фінансові підприємства отримують свій прибуток від надання на визначений термін фінансових ресурсів для виробничих і комерційних підприємств задля здійснення ними поточної та інвестиційної діяльності.

Останнім часом інтенсивно розвивається такий вид підприємництва, як інформаційне підприємництво. *Інформаційне підприємництво* – це використання в комерційних цілях системи креативних знань з організації, функціонування та розвитку інформаційної індустрії. Воно включає такі види діяльності: створення програмного забезпечення; опрацювання даних, роботу з базами даних; консультації з питань автоматизації, технічне обслуговування і ремонт офісної та комп'ютерної техніки; торгівля інформацією, комп'ютерною технікою, програмними засобами; інжинірингова, консалтингова діяльність, проведення маркетингових досліджень).

Державний бізнес здійснюється державними органами, коли вони виходять на ринок із діловими пропозиціями. Діловий інтерес держави полягає у вирішенні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих та інших проблем, які задовольняють інтересам національної економіки загалом. Держава заохочує участь підприємств у цих програмах, отримуючи можливість їх реалізації. Основою державного бізнесу є загальнодержавна власність на засоби виробництва, інформацію, грошові ресурси, цінні папери.

На відміну від підприємницького бізнесу, державний – не має на меті отримання прибутків, точніше, ця мета – другорядна. Головною є регулююча функція. Акумулюючи значні бюджетні та запозичені кошти, держава може значною мірою впливати на пропорції національної економіки, створювати нові виробництва, знімати зайві пропозиції на ринку.

Споживчий бізнес здійснюється всіма громадянами для одержання товарів і послуг шляхом самостійного пошуку виробників і продавців на основі

максимальної вигоди. Для споживачів товарів вигодою є товар (послуга), які найкращим чином задовольняють їхні потреби. Основою такого бізнесу є приватна власність на предмети споживання та послуги.

Цей елемент системи бізнесу цікавий саме своїм масовим характером. Постійно виступаючи в ролі покупця товарів і послуг чи продавця (здебільшого своєї робочої сили), чоловіки й жінки різного фахового рівня, соціального статусу, звичок та поглядів занурюються у підприємницьке середовище, чим пізнають основи окремих функцій бізнесу, реалізують власні ідеї чи підказують їх виробникам. Звичайна домашня господиня може навіть не знати значення термінів з маркетингу чи фінансового планування, але здійснюючи споживчий бізнес, постійно керується їхніми принципами. Вона знає, на якому з ринків і в які дні краще купувати м'ясо чи рибу, скільки вона може витратити коштів без загрози для сімейного бюджету, як розподілити свій час для виконання у визначений термін домашніх робіт і багато інших речей, подібних до тих, які вирішуються керівниками підприємницьких структур.

Економічною основою підприємницької діяльності є приватна власність. Власність – це відносини, які складаються між суб'єктами власності щодо привласнення засобів виробництва і результатів праці.

Відносини власності на засоби виробництва покладені в основу всіх виробничих відносин будь-якої економічної системи господарювання. Основою відносин власності є відносини привласнення засобів виробництва та його результатів, які охоплюють володіння, розпорядження та користування.

Володіння – відносини фактичного панування суб'єкта над об'єктом власності.

Розпорядження – фактичне здійснення влади власника над об'єктом власності, фактичне управління нею.

Користування – процес фактичного вилучення корисних властивостей з об'єкта власності для задоволення конкретних потреб.

Відносини власності – «основна конструкція» економіки, вони охоплюють весь господарський процес. Це дає підставу для твердження, що економічні системи відрізняються за типами власності.

Приватна власність об'єктивно сприяє збереженню ресурсів. Те, як ми поведимося з власністю, безпосередньо залежить від прав, які має власник цієї власності. Власник має право:

- вирішувати, як саме використовувати свою власність;
- передавати, продавати свою власність;
- користуватися доходами та іншими вигодами, які дає його власність.

Маючи приватну власність, кожен може користуватися цими правами. Отже, необхідно захищати цю власність і піклуватися про неї.

Такі дії найбільше відповідають інтересам людей, оскільки власність визначає добробут. Власність – це багатство. Коли власність втрачає вартість, її власник втрачає частину багатства. Право приватного володіння власністю змушує підприємців працювати більше і продуктивніше, що, зі свого боку, веде до економічного зростання. Отже, приватна власність виступає економічною

основою підприємництва і розкриває простір для його функціонування та розвитку.

1.4. Поняття підприємницької діяльності, її ознаки та принципи **Поняття підприємницького середовища**

Загальні правові, економічні та соціальні засади здійснення підприємницької діяльності громадянами та юридичними особами, установлення гарантій свободи підприємців та їх державна підтримка регулюються Господарським кодексом України.

Згідно з цим кодексом (стаття 42) **підприємництво** – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Розглянемо всі складові цього поняття.

По-перше, це *самостійна діяльність*, діяльність «за свій рахунок». Основою підприємницької діяльності є власність підприємця.

Підприємництво як самостійна діяльність передбачає свободу та самостійну ініціативу суб'єктів у виборі виду та напрямків господарювання, в ухваленні управлінських рішень та способів їхньої реалізації, у формуванні програм та цінової політики, у визначенні джерел фінансування, постачальників та покупців, каналів збуту продукції, установленні систем і розмірів заробітної плати, напрямків використання прибутку.

Самостійність в ухваленні рішень формує таку поведінку підприємця, яка забезпечує зацікавленість у процвітанні своєї справи. Це змушує його працювати з більшою віддачою, шукати найбільш прийнятні варіанти виходу із скрутних ситуацій. В основі такої поведінки підприємців лежать ділові мотиви підприємницької діяльності. Підприємцю не властиві застій, сплячка, він не чекає команд згори; внутрішні спонукання підштовхують його бути активним, настирливим, цілеспрямованим у досягненні мети.

По-друге, це *ініціативна*, творча діяльність. В основі здійснення підприємницької діяльності лежить власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід.

По-третє, це *систематична діяльність*. Підприємницька діяльність має бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом і обов'язково офіційно зареєстрованою.

Підприємницька діяльність здійснюється на постійній основі, передбачає систематичну, організовану господарську діяльність, яка має цільову спрямованість у вигляді кінцевого результату з орієнтацією на подальший розвиток та розширення. А це передбачає успішне вирішення організаційних і фінансових проблем та зростання доходу; активне виявлення нових

технологічних, коопераційно-інтеграційних, диверсифікаційних можливостей, спроможних забезпечити ефективне функціонування та стабільний розвиток підприємства; прагнення включитись у нову сферу бізнесу.

По-четверте, це діяльність, яка здійснюється на власний ризик. Підприємницька діяльність здійснюється під власну економічну (майнову) відповідальність.

По-п'яте, метою цієї діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

Варто зазначити, що **підприємництво** – це не будь-яка господарська діяльність, це *особливий вид діяльності*, і ця особливість характеризується такими відчутними ознаками.

Підприємництво як *особлива форма економічної активності* передбачає:

- орієнтацію на досягнення комерційного успіху;
- інноваційний характер підприємницької діяльності;
- постійний характер господарювання, укладання регулярних, а не одноразових угод (бізнес-операцій);
- перспективність, спрямування на подальший розвиток, розширення масштабів і сфери розповсюдження;
- залучення в господарську діяльність різних учасників підприємницької активності;
- свободу та самостійність суб'єктів в ухваленні управлінських рішень та здійсненні бізнесу;
- наявність фактору ризику;
- майнова відповідальність підприємця за результати господарювання.

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

Підприємливість – це здатність людини (особистості) до самостійних, неординарних, нетипових дій. Тому в умовах ринку практично всі люди мають бути підприємливими, але це не означає, що всі повинні й можуть бути підприємцями. Як показує світовий досвід, лише 5-8% населення країни є представниками підприємницьких кіл.

Діяльність підприємців має стратегічну орієнтацію, яка містить: визначення сфери бізнесу та місії організації, розробку довгострокових та короткострокових цілей, формування стратегії та бізнес-планування.

Стратегічний процес розпочинається з визначення сфери підприємницької діяльності, що передбачає виявлення потреби, яку необхідно задовольнити, сегменту ринку, засобів задоволення потреб конкретних груп покупців. Ці складові використовують при формуванні свого бізнесу.

Стратегічна сфера бізнесу – це сфера діяльності, у якій підприємство працює зараз або буде здійснювати свою діяльність у подальшому, ураховуючи при цьому, що воно може функціонувати не тільки в одному, але й у декількох напрямках. Кожна стратегічна сфера бізнесу містить товари або послуги, їхні види, об'єднані однією загальною ознакою, наприклад характером потреб, що задовольняються, технологією, типами споживачів, географічними районами збуту.

Кожну стратегічну сферу бізнесу розкривають такі показники:

- 1) обсяг ринку, тобто обсяг реалізації продуктів, послуг усіма виробниками, зокрема конкурентами;
- 2) частка підприємства в обсязі ринку (у відсотках);
- 3) стадія життєвого циклу товару;
- 4) конкурентна позиція підприємства (сильна, середня, слабка) у певній стратегічній сфері.

Виходячи зі сфер бізнесу підприємства, формується його місія.

Місія підприємства – виражене словесно основне соціально значуще функціональне призначення організації у довгостроковому періоді.

Місія визначає місце, роль та становище підприємства в суспільстві, його громадський статус. Її можна розглядати як стратегічний інструмент, що характеризує цільовий ринок та бізнес або як основну діяльність підприємства. Формування місії повинно бути чітке; до процесу обговорення залучаються працівники підприємства або інші учасники підприємницької активності, що допомагає оцінити перспективи і можливості підприємства. Це необхідно для забезпечення довгострокової конкурентоспроможності. Крім цього, корпоративна місія відіграє важливу комунікаційну роль – як внутрішню (для роз'яснення цілей діяльності підприємства), так і зовнішню (для інформування акціонерів, постачальників, споживачів).

Підприємництву як певному стилю й типу господарської поведінки властиві такі характерні **рис**и:

- мобільність, гнучкість, динамічність;
- цілеспрямованість і настирливість у здійсненні бізнесу;
- ініціативність, творче ставлення до справи і підприємливість;
- пошук нетрадиційних рішень, нових дій у сфері бізнесу;
- готовність до ризику та вміння ним управляти;
- комунікативний характер діяльності;
- оперативність рішень та дій;
- орієнтація на потреби споживачів, їхню поведінку на ринку;
- дотримання морально-етичних принципів та ділового етикету.

Підприємець безперервно шукає нові способи дій, які, за задумом, спроможні привести до успіху. Він удосконалює якісні характеристики продукції (послуг), що виробляється, упроваджує прогресивні технології та все нове, що є у практиці вітчизняного та зарубіжного бізнесу, розміщує web-сайт підприємства як рекламного майданчика в мережі Інтернет для розширення клієнтури та просування продукції (послуг) на зовнішніх ринках. Підприємець ретельно формує маркетингову політику, установлює договірні ціни відповідно до вимог економічної ситуації, співвідношення між попитом і пропозицією.

Пошук партнерів, клієнтури, фінансових ресурсів, матеріалів і сировини, обладнання, транспортних засобів, приміщення, вигідних ділових контактів, документів, інформації – завжди в полі зору справжнього підприємця. Він завжди поспішає, оскільки вважає, що «час – гроші». І саме це дає імпульс до напруженої праці, зокрема у вихідні дні, період відпустки. Така поведінка у сфері бізнесу відрізняється від звичайної праці в державних структурах.

Характерними *особливостями підприємництва* є такі:

- обмін діяльністю між суб'єктами ринку, прагнення кожного учасника нав'язати та реалізувати свої інтереси;
- виявлення особистої чи колективної ініціативи у формуванні комерційних відносин з партнерами по бізнесу, перспектив подальшого співробітництва на вигідних умовах;
- готовність та вміння проводити різні форми ділового спілкування, здатність йти назустріч контрагентам із збереженням своєї позиції на товарному ринку;
- уміння виявляти серед запропонованих комерційних пропозицій привабливу угоду на основі проведення попередніх підприємницьких розрахунків, оцінки ринкової ситуації.

На основі представлених характерних рис та особливостей підприємницької діяльності, можна сформулювати **принципи**, на основі яких здійснюється підприємництво:

- 1) вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності;
- 2) самостійне формування підприємцем програми діяльності та вибір постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, установлення цін на продукцію та послуги;
- 3) вільне наймання підприємцем працівників;
- 4) комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- 5) вільне розпорядження прибутком, що залишається в підприємстві після сплати податків, зборів та інших платежів;
- 6) самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Оскільки підприємницька діяльність є видом господарської діяльності, оскільки й принципи її функціонування пов'язані із загальними принципами господарювання.

Принципи підприємницької діяльності являють собою основи правового регулювання відносин, які складаються при її здійсненні.

Кінцевою метою підприємницької діяльності є досягнення успіху. Така мета є спільною як для великих корпорацій, так і для дрібних підприємств.

Основними цілями підприємницької діяльності виступають, по-перше, одержання прибутку від вкладеного капіталу, фінансових, ресурсних, матеріальних і нематеріальних засобів; по-друге, задоволення попиту суспільства щодо конкретних потреб його членів.

У процесі виробництва чи посередницької діяльності цілі можуть носити більш глобальний характер, зокрема, це може бути:

- 1) нагромадження коштів для завоювання нових ринків і розвитку виробництва;
- 2) поліпшення соціальних умов співробітників підприємства;
- 3) формування та оптимізація платоспроможного попиту споживачів продукції підприємства;

4) формування етичних і високоморальних норм в суспільстві, поліпшення культури споживання тощо.

Цілі підприємництва наведені на рис. 1.2.

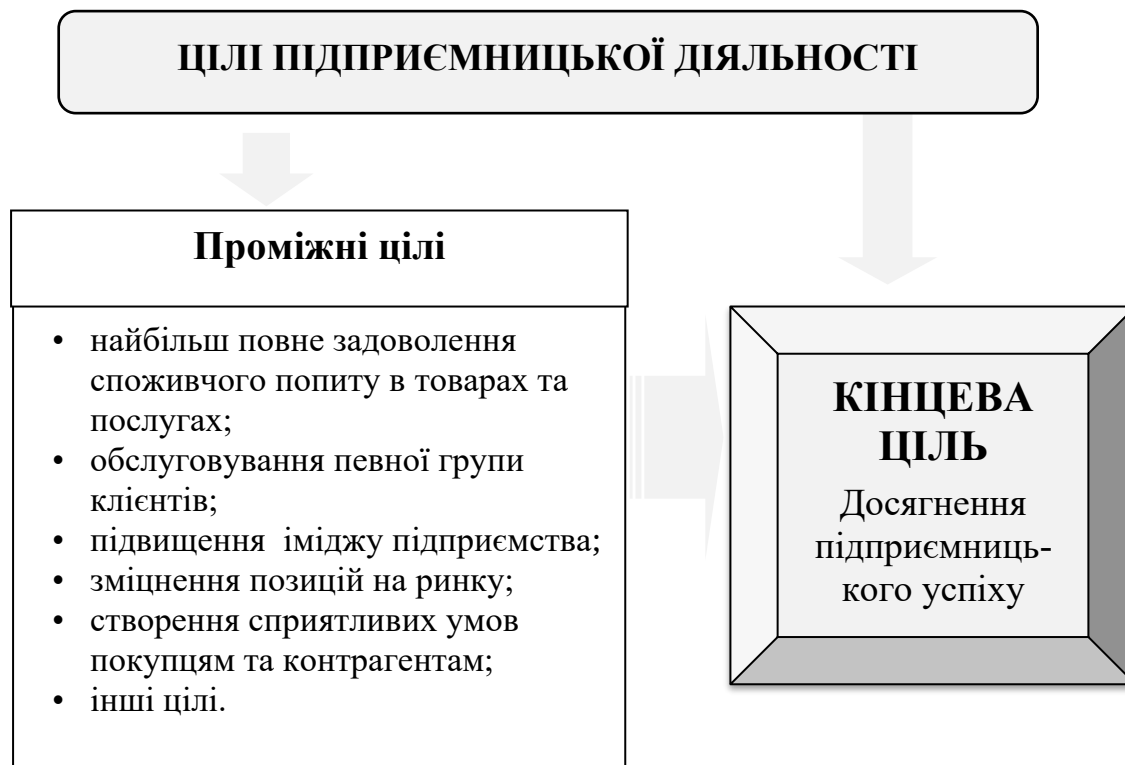


Рис. 1.2 – Цілі підприємницької діяльності

Відповідно до мети підприємницької діяльності визначаються конкретні завдання щодо їх досягнення, тобто завдання вказують на безпосередні цілі підприємницької діяльності. Основними з них є такі:

- 1) отримання прибутку в певному розмірі, який дозволяє розвивати бізнес;
- 2) накопичення достатнього розміру грошових коштів, необхідних для забезпечення фінансової стійкості бізнесу;
- 3) забезпечення конкурентних переваг на власному сегменті ринку;
- 4) реалізація власних амбіцій тощо.

Ступінь досягнення поставлених цілей можна оцінити за допомогою низки показників. Їх прийнято називати завданням. Тобто **завдання** – це кількісний вираз того, що необхідно досягнути для виконання конкретної цілі.

З огляду на сформульовані завдання, економічна сутність підприємництва полягає в пошуку і реалізації нових комбінацій факторів виробництва (відновлення продукції, технології, організаційних підходів) з метою задоволення виявленого попиту.

На відміну від цілей, завдання визначаються максимально чітко та конкретно. Вони повинні відповідати за критеріями, за якими оцінюється реальний стан якості ведення бізнесу. При цьому необхідно враховувати, що в умовах невиконання поставлених завдань не варто робити однозначні висновки про неефективну роботу виконавців. Частіше за все це відбувається, коли завдання не відповідають реальному стану ринку або конкретний план

реалізації цілі не дуже ретельно пророблений. Тобто невиконання завдань є сигналом, щоб переглянути схему ведення бізнесу, яка б більш точно відповідала конкретній ринковій ситуації.

1.5. Основні функції підприємництва та їх характеристика

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його основні функції.

Основні функції підприємницької діяльності представлені на рис. 1.3.

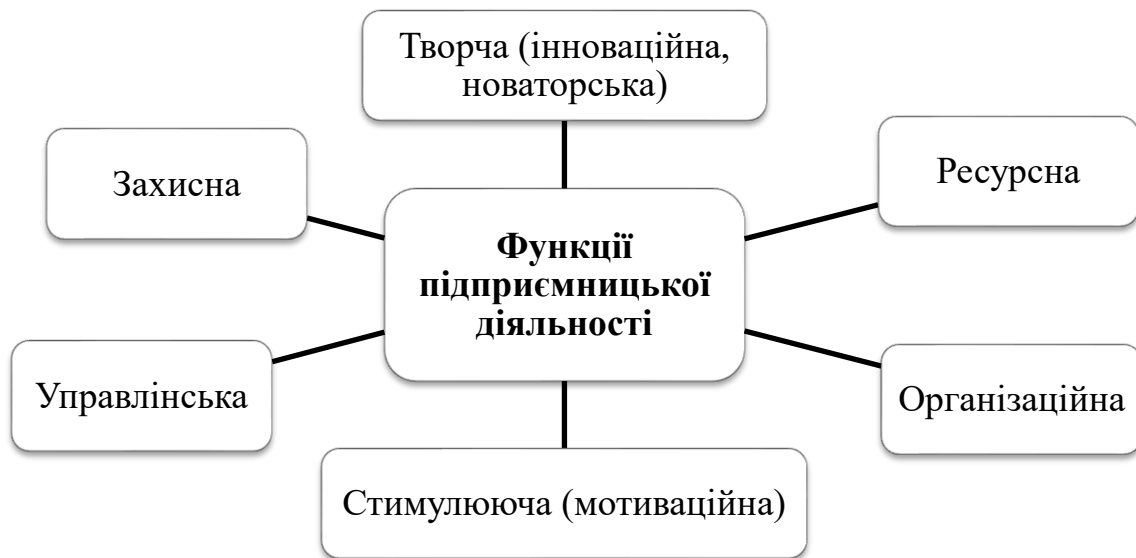


Рис. 1.3 – Функції підприємницької діяльності

Основними **функціями** підприємницької діяльності є:

1. *Ресурсна* – мобілізація внутрішніх та зовнішніх ресурсів: фінансових, трудових, матеріальних, природних, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів та їх оптимальне поєднання для ефективного функціонування.

2. *Творча (інноваційна, новаторська)* – генерування та реалізація нових бізнес-ідей, ноу-хау, винаходів; здійснення техніко-економічних та наукових розробок, проектів, що пов'язані з господарським ризиком; оперативне реагування на потреби ринку; впровадження різних інновацій, нових комбінацій виробничих факторів у виробництві нових видів товарів та послуг; застосування нових технологій, нових ресурсів, джерел і форм фінансування; освоєння організаційних та управлінських нововведень, а також у проникненні на нові ринки збуту.

3. *Організаційна* – полягає в безпосередній організації виробництва; матеріально-технічним забезпеченням виробництва, налагодженням технологічного процесу, організацією комерційної діяльності, збуту; сервісу; реклами.

4. *Стимулююча (мотиваційна)* – дозволяє сформувати стимулюючий (мотиваційний) механізм ефективного використання ресурсів; підвищення ефективної та корисної праці, застосування дійових методів стимулювання збуту товарів на основі виявлених споживчих потреб.

5. *Управлінська* – пов'язана з механізмом управління персоналом та підприємством.

6. *Захисна* – передбачає систему захисту прав та інтересів підприємців, створення сприятливих умов функціонування бізнесу, усунення проблем на макрорівні. Вона реалізується на основі співробітництва підприємців та їхніх об'єднань з державними органами влади та управління, міжнародними організаціями, фондами, проектами для забезпечення сталого розвитку підприємництва загалом, зокрема приватного та малого бізнесу.

1.6. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності

Відповідно до ст. 55 Господарського кодексу України (ГКУ) **суб'єктами господарювання** визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав і обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, окрім випадків, передбачених законодавством.

Види суб'єктів підприємницької діяльності надані на рис. 1.4.

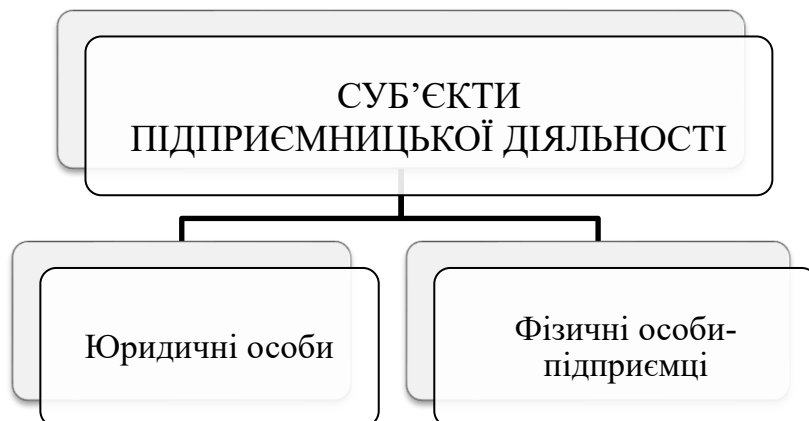


Рис. 1.4 – Суб'єкти підприємницької діяльності

Отже, *суб'єктами підприємництва* є:

1) господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні та інші підприємства, створені відповідно до цього Кодексу, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані згідно із законом як підприємці.

Суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

Основним суб'єктом підприємницької діяльності виступає підприємець, який взаємодіє зі споживачем, державою, найманими працівниками, партнерами по бізнесу. Взаємодія підприємця із зовнішніми організаціями, партнерами, конкурентами, окремими групами споживачів, постачальниками, місцевими і центральними органами влади, податковими органами, митницею й іншими учасниками підприємницької діяльності вимагає дотримання установлених форм, норм і правил співробітництва.

Об'єктами підприємництва є, по-перше, інноваційна (дослідження, розробки, технічні послуги), по-друге, виробнича (з виготовлення товарів і надання послуг), по-третє, торговельно-посередницька діяльність. Об'єктами власне підприємницької діяльності є виготовлена продукція, виконана робота чи надана послуга – все, що може задовольнити потреби і пропонується на ринку для придбання, використання і споживання.

Об'єкти підприємницької діяльності – це все те, що виступає предметом купівлі-продажу на ринку.

Перелік об'єктів підприємницької діяльності наведений на рис. 1.5.

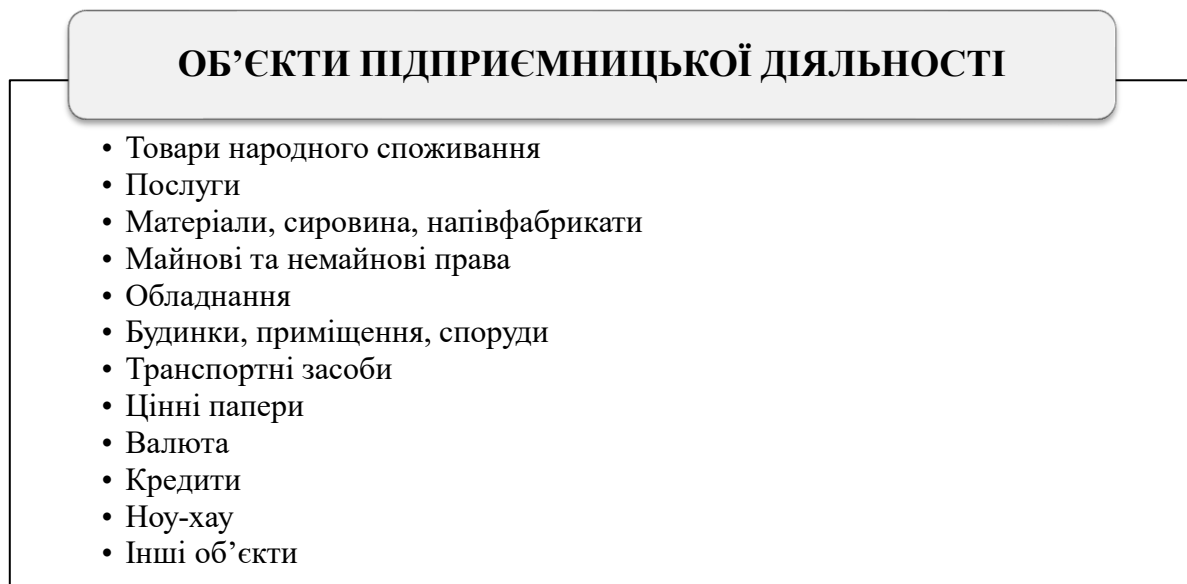


Рис. 1.5 – Об'єкти підприємницької діяльності

Підприємці при здійсненні бізнесу мають справу з різними об'єктами, серед них: товари широкого споживання, матеріали, сировина, напівфабрикати, обладнання, транспортні засоби, будинки, приміщення, споруди, цінні папери, послуги, майнові та немайнові права, кредити, валюта, ноу-хау тощо. Підприємець самостійно визначає, які саме об'єкти йому потрібні для створення власної справи, забезпечення нормального функціонування підприємства з

урахуванням виду господарської діяльності, цілей та стратегій, фінансових можливостей, характеру комерційних відносин з іншими суб'єктами ринку.

1.7. Рушійні сили підприємництва

Підприємництво відображає відносини, що склалися в суспільстві, джерелом розвитку яких є внутрішні суперечності способу виробництва. Як відомо, *суперечності* – рушійна сила будь-якого розвитку, зокрема й підприємництва. Суперечність між продуктивними силами і виробничими відносинами – найбільш загальна суперечність економічної системи суспільства і підприємництва, які містять у собі цілу систему суперечностей, що виникають між різними їх елементами: між виробництвом і споживанням, зростанням потреб і можливістю задоволення їх, між різними формами власності, інтересами, попитом і пропозицією, технікою і технологією, робочою силою і засобами виробництва.

Як рушійна сила підприємництва, суперечності водночас самі потребують розв'язання, оскільки, нагромаджуючись до «критичної маси», вони можуть виплеснутися у вигляді різних криз. Формою розв'язання суперечностей як внутрішніх чинників саморозвитку економічних процесів і явищ виступає підприємництво, як система, що має такі складові: власні внутрішні імпульси розвитку (конкуренція), систему забезпечення і відтворення (прямі зв'язки суб'єктів ділових відносин), інфраструктуру (біржі, банки, інформаційні системи, консалтингові, аудиторські та страхові компанії, транспортні організації, навчальні заклади тощо), систему управління (менеджмент), систему вивчення контрагентів (маркетинг), систему оцінки діяльності (гроші). Отже, володіючи власною внутрішньою логікою і здатністю до саморозвитку, підприємництво само собою стає рушійною силою.

Підприємництво – це соціально-економічна і ділова творчість людини. Саме в ній, у самій людині, в її особистій ініціативі, енергії, активності, відповідальності, порядності, винятковій працьовитості закладені рушійні сили підприємництва. Прагнення людини реалізувати свої ідеї, винаходи, виявити себе, задовольнити своє здорове честолюбство, залишити після себе слід на землі спонукають її до підприємницької діяльності.

Історія розвитку підприємництва показує, що без *ризик*у бізнесу не буває. Ризик притаманний тільки людині. Це інтуїція, гра, обґрунтований розрахунок, змагання в конкурентній боротьбі. Це радість перемоги розуму і розрахунків або гіркота поразки і прорахунків, але те й інше стимулює бізнес. Одних ризик надихає, інших – загартовує, але виграє, як правило, суспільне виробництво, оскільки неухильно створюється багатство для людей і суспільства.

Прагнення до створення матеріальних і духовних благ, до збільшення багатства також є рушійною силою підприємництва, тому що задовольняє

потреби не тільки самого підприємця, а й суспільства. Потреби мають здатність випереджати рівень виробництва. Це пояснюється тим, що розвиток суспільства, а отже, і підприємництва, породжує такі потреби, які не можуть бути задоволеними наявними продуктивними силами. Зростання цих потреб наштовхується на вузькі рамки можливостей задоволення їх, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (технологія, техніка, впровадження нових професій та ін.). Отже, потреби виступають рушійною силою як суспільства загалом, так і підприємництва зокрема.

Основні рушійні сили розвитку підприємництва наведені на рис. 1.6.

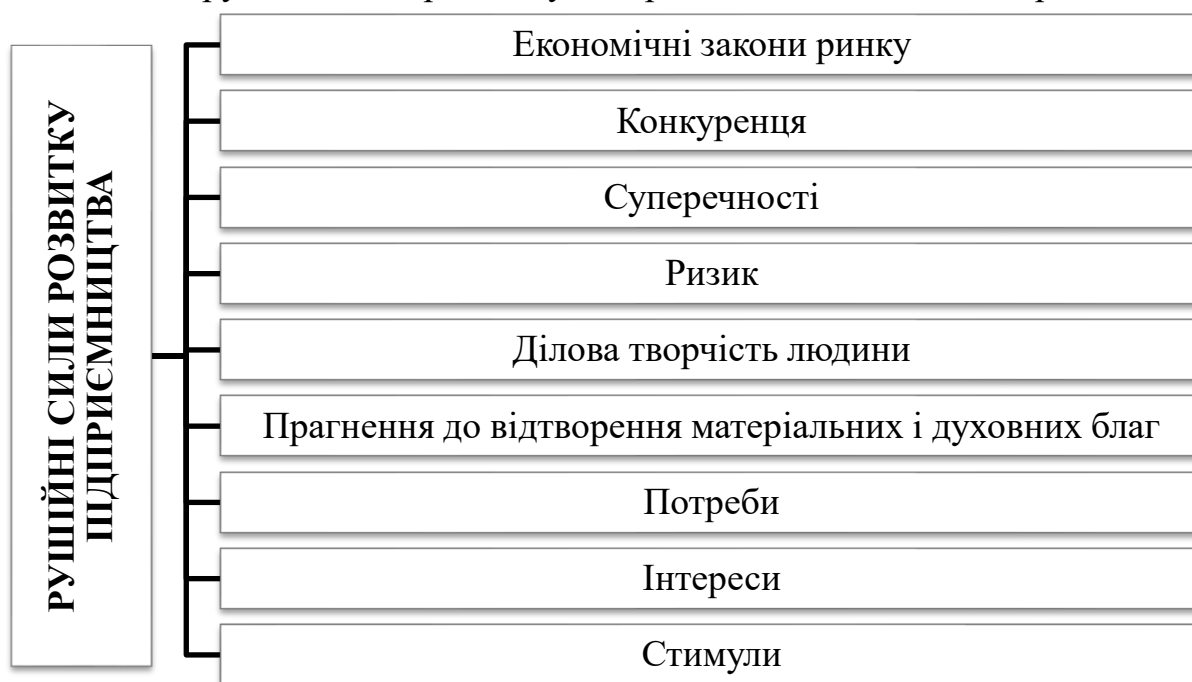


Рис. 1.6 – Основні рушійні сили розвитку підприємництва

Важливими рушійними силами підприємництва є також економічний інтерес та економічна конкуренція.

Економічний інтерес – це форма реалізації потреби, це користь, вигода, яка досягається у процесі реалізації економічних відносин. Якщо економічні відносини не реалізують економічних інтересів, суб'єкти господарювання намагаються досягти своєї вигоди поза діючими економічними відносинами (порушують закони, розвивають тіньову економіку тощо).

Особистий економічний інтерес винятково багатогранний, варіативний, як і *потреби*, що лежать у його основі. Людина є носієм усіх економічних інтересів – особистого, колективного, суспільного, групового, сімейного та ін. Через особистий економічний інтерес можна реалізувати інтерес сім'ї, колективу, суспільства, ефективно вирішити суперечності між ними. Особистий інтерес являє собою усвідомлене відображення об'єктивних економічних відносин у діяльності суб'єктів підприємництва. Ігнорування його є основним гальмом розвитку підприємництва. Реалізувати свій інтерес людина може, лише включившись у суспільне виробництво.

Цільова спрямованість ділової діяльності людей полягає в задоволенні потреб та інтересів. У цих двох категоріях перехрещуються всі аспекти підприємництва, і з цього погляду вони є загальними, тобто наявними скрізь, де розвивається підприємництво. Специфіка потреб та інтересів, а отже, і підприємництво визначаються економічним та соціальним становищем людей. Підприємництво є водночас реалізацією їхніх інтересів і задоволенням потреб. Бажання підвищити свій добробут заохочує людину працювати ефективніше і продуктивніше, і це зрозуміло, тому що така праця, як правило, дає кращі результати.

Система *стимулів* – надзвичайно важлива характеристика системи підприємництва. Очікування винагороди виступає як рушійна сила підприємництва, що стимулює підприємців виробляти більше, а роботодавців – витрачати ресурси раціонально. Стимули, виконуючи свою роль з обслуговуванням підприємництва, мають різний вплив на ставлення людей до праці. Так, матеріальні стимули спонукають до праці в надії на винагороду, духовні – на суспільне визначення, соціальні – на кращі умови. Проте, незважаючи на різні способи впливу на суб'єктів підприємництва, функція у стимулів одна – активізувати підприємницьку діяльність. Саме в умовах підприємництва в людини з'являється можливість створити власну справу, зайнятися тією працею, яка їй подобається, де вона може реалізувати власні ідеї, інтереси, потреби, де праця стає стимулом її діяльності.

Економічна конкуренція – це суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між підприємствами (підприємцями) за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів. Економічна конкуренція – це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних із продажу виробленої продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам.

У своєму прагненні до задоволення потреб споживачів підприємець реалізує власний економічний інтерес, лише вступаючи у змагання за споживача, намагаючись виштовхнути свого суперника зі сфери виробництва. Конкуренція є об'єктивною закономірністю становлення й розвитку підприємництва, важливою передумовою впорядкування цін, сприяє витісненню з виробництва неефективних підприємств, раціональному перегруповуванню ресурсів, захищає споживача від диктату виробників.

Економічні закони ринку також виступають рушійними силами розвитку підприємницької діяльності. Перш за все це стосується закону вартості, закону попиту і пропозицій.

Суть першого з них полягає в тому, що обмін товарів здійснюється на основі їхньої суспільної вартості, тобто відповідно до суспільно-необхідних витрат праці на їхнє виробництво. В умовах ринку закон вартості діє як закон цін. Ціна – вияв закону вартості. Коливання цін є стимулятором збільшення виробництва одних товарів та зменшення інших. Ціни – це потужний регулятор, який впливає одночасно на попит і пропозицію. Попит визначає обсяг і структуру пропозиції, диктує свої вимоги до виробництва. З іншого боку, пропозиція формує попит через асортимент вироблених товарів та їхні

ціни. Як правило, чим вища ціна, тим менше купують товарів, тобто менший обсяг реалізованого попиту. Щодо пропозиції, то чим вищі ціни, тим вигідніше виробляти товари і тим більше їх надходитиме на ринок. Суперечність між попитом та пропозицією є прискорювачем виробничих, комерційних, інноваційних процесів.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Бізнес – це будь-який вид безпосередньої діяльності для отримання прибутку. Він передбачає залучення власних коштів або опосередковану участь у такій діяльності через вкладення в справу власного капіталу.

Підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

Бізнесмен – це головна фігура ринку. Активізація бізнесу матеріалізується в поліпшенні стану суспільного виробництва, формує новий тип економічної поведінки суб'єктів господарювання і відповідного йому механізму

Підприємницький бізнес – це особливий вид економічної активності, тобто доцільної діяльності, яка заснована на самостійній ініціативі, відповідальності та ініціативної підприємницької ідеї, і ця діяльність спрямована на отримання прибутку через виробництво, реалізацію та виконання робіт і послуг.

Виробниче підприємництво – підприємницька діяльність, що пов'язана зі створенням і постачанням на ринок товарів і послуг.

Комерційне підприємництво – підприємницька діяльність, пов'язана з обміном, розподілом і споживанням товарів через торговельні заклади й біржі.

Фінансове підприємництво – підприємницька діяльність, що охоплює обіг і обмін вартостей за допомогою банків і фондових бірж.

Державний бізнес – це бізнес, що здійснюється державними органами, коли вони виходять на ринок з діловими пропозиціями. Діловий інтерес держави полягає у здійсненні пріоритетних загальнодержавних науково-технічних, науково-виробничих та інших проблем, які задовольняють інтересам національної економіки в цілому. Держава заохочує участь підприємств у цих програмах, отримуючи можливість їх реалізації. Основою державного бізнесу є державна власність на засоби виробництва, інформацію, грошові ресурси, цінні папери.

Споживчий бізнес – це бізнес, що здійснюється усіма громадянами з метою отримання товарів і послуг шляхом самостійного пошуку виробників і продавців на основі максимальної вигоди. Для споживачів товарів вигодою є

товар (послуга), які найкращим чином задовольняють власні потреби. Основою споживчого бізнесу є приватна власність на предмети споживання і послуги.

Стратегічна сфера бізнесу – це сфера діяльності, у якій підприємство працює в цей час або буде здійснювати свою діяльність у подальшому, урахувуючи при цьому, що воно може функціонувати не тільки в одному, але і в декількох напрямках. Кожна стратегічна сфера бізнесу включає товари або послуги, їхні види, об'єднані єдиною спільною ознакою, наприклад, характером потреб, які задовольняються; технологією; типами споживачів; географічними районами збуту.

Кінцева мета підприємницької діяльності – це отримання прибутку. Переважна частина чистого прибутку спрямовується не на особисте споживання, а вкладається в подальший розвиток підприємства, найбільш перспективні напрями бізнесу.

Суб'єкти господарювання – учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно і несуть відповідальність за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством.

Об'єкти підприємницької діяльності – усе те, що виступає предметом купівлі-продажу на ринку.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Чи можливий бізнес в умовах командної системи?
2. Які види концепції бізнесу Ви знаєте?
3. Чому приватна власність є необхідною умовою бізнесу?
4. Чи тотожні поняття «бізнес» і «підприємництво»?
5. Що таке підприємництво?
6. Чи тотожні поняття «підприємець» і «власник»?
7. Що є метою бізнесу?
8. Яка роль бізнесу в сучасній економіці? Сформулюйте за пунктами.
9. Які елементи охоплює система бізнесу як система господарювання?
10. На які види підрозділяється підприємницький бізнес?
11. Що таке «державний» бізнес?
12. Що таке «споживчий» бізнес?
13. Що таке підприємництво?
14. Чи тотожні поняття «підприємництво» та «підприємливість»?
15. Що передбачає підприємництво як особлива форма економічної активності?
16. Які показники розкривають стратегічну сферу бізнесу?
17. Які риси характерні підприємству?

18. У чому полягає сутність ресурсної та творчої функції підприємництва?
19. У чому полягає сутність організаційної та стимулюючої функції підприємництва?
20. У чому полягає управлінська та захисна функції підприємництва?
21. На основі яких принципів здійснюється підприємництво?
22. Хто може бути суб'єктом підприємницької діяльності в Україні?
23. Що таке об'єкт підприємницької діяльності? Які Вам відомі об'єкти підприємницької діяльності?
24. Які рушійні сили розвитку підприємництва?
25. Які, на Вашу думку, основні причини невдач у бізнесі?
26. Який основний спонукальний мотив підприємницької діяльності?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

*Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей*

1. Розвинена економіка – це:

- а) економіка з активним втручанням держави в процес матеріального виробництва;
- б) економіка, у якій поєднується дія законів з державним регулюванням;
- в) економіка, де головним суб'єктом регулювання економічних процесів є держава, а зв'язки формуються на основі директивних планів;
- г) економічно неоднорідна структура господарства, у якій одночасно функціонують різні соціально-економічні уклади.

2. У командній економіці немає:

- а) установлених чиновниками цін;
- б) планування від досягнутого;
- в) орієнтації виробника, в основному, на платоспроможний попит;
- г) несправедливого розподілу благ.

3. Твердження «як економічна категорія бізнес втілює в собі економічні відносини суб'єктів господарювання різноманітних форм власності, що реально беруть участь у ринковому процесі»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

4. Мета бізнесу – це (пронумеруйте у порядку першочерговості):

- а) прибуток;
- б) задоволення потреб споживача;
- в) задоволення власних потреб;
- г) потреба бути необхідним суспільству.

5.* *Бізнесом є:*

- а) служба в державних установах;
- б) діяльність, яка передбачає залучення власних коштів або опосередковану участь у справі;
- в) робота по найму в компанії;
- г) володіння акціями компанії;
- д) праця на власному підприємстві.

6.* *Визначальними рисами бізнесу є:*

- а) ініціативність;
- б) самостійність в ухваленні рішень;
- в) креативність;
- г) відсутність ризиків у прийнятті рішень;
- д) інертність.

7.* *Підприємництво здійснюється на основі таких принципів:*

- а) вільний вибір виду підприємницької діяльності;
- б) вільне планування;
- в) вільне ціноутворення;
- г) вільний вибір місця розташування бізнесу;
- д) вільне розпорядження прибутком (після сплати податків).

8.* *Активізація бізнесу приводить до:*

- а) поліпшення стану суспільного виробництва;
- б) розповсюдження екстенсивних шляхів розвитку виробництва;
- в) формування нового типу економічної поведінки.

9.* *Система бізнесу як система господарювання охоплює такі елементи:*

- а) підприємницький бізнес;
- б) державний бізнес;
- в) споживчий бізнес.
- г) страховий бізнес;
- д) ризиковий бізнес.

10. *Основою споживчого бізнесу є:*

- а) загальнодержавна власність на засоби виробництва, інформація, грошові ресурси, цінні папери;
- б) приватна власність на предмети споживання і послуги.

11. *Підприємництво, пов'язане з обміном, розподілом і споживанням товарів через торгові установи та біржі, – це :*

- а) комерційне підприємництво;
- б) фінансове підприємництво;
- в) державне підприємництво;
- г) виробниче підприємництво.

12. Твердження, що «суб'єктами підприємницької діяльності є організації, які на основі юридично відокремленого майна (у межах своєї господарської компетенції) безпосередньо здійснюють господарську діяльність»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

13. Основні функції підприємницької діяльності такі (допишіть):

- а) ресурсна;
- б) творча;
- в) організаційна;
- г) стимулююча;
- д) _____;
- е) _____.

14. Залежно від сфер діяльності підприємницький бізнес поділяється на (допишіть):

- а) виробничий;
- б) _____;
- г) _____.

15. Елементами системи бізнесу є (допишіть):

- а) державний бізнес;
- б) _____;
- в) _____.

16. Твердження, що «бізнес як система господарювання – це відносини між людьми»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

17. Поняття «бізнес» та «підприємництво» тотожні:

- а) так;
- б) ні.

18. Твердження «бізнес – це будь-який вид безпосередньої діяльності для отримання прибутку»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

19. Підприємництво – це:

- а) діяльність однієї особи або групи осіб на свій страх і ризик;
- б) діяльність однієї особи на свій страх і ризик для отримання прибутку;
- в) господарська діяльність однієї особи або групи осіб для досягнення економічних і соціальних результатів з метою отримання прибутку;

- г) господарська діяльність однієї особи або групи осіб для встановлення ділових відносин.

20. Твердження, що «під бізнесом треба розуміти трансформацію ідеї в будь-який товар, що продається товар або послугу»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

21. Визначальні риси бізнесу (допишіть):

- а) ініціативність;
- б) самостійність в ухваленні господарських рішень;
- в) мобільність;
- г) _____;
- д) _____.

22. Підприємництво, яке охоплює обіг і обмін вартостей – це:

- а) виробниче підприємництво;
- б) комерційне підприємництво;
- в) фінансове підприємництво;
- г) державне підприємництво.

23. Діяльність, спрямована на отримання прибутку через виробництво, реалізацію та виконання робіт і послуг – це:

- а) виробниче підприємництво.
- б) комерційне підприємництво;
- в) фінансове підприємництво;
- г) державне підприємництво.

24. Основою державного бізнесу є:

- а) загальнодержавна власність на засоби виробництва, інформацію, грошові ресурси, цінні папери;
- б) приватна власність на предмети споживання і послуги.

25. Бізнес, який здійснюється всіма громадянами для одержання товарів та послуг через самостійний пошук виробників і продавця на основі максимальної вигоди – це:

- а) підприємництво;
- б) державний бізнес;
- в) споживчий бізнес.

26. Підприємництво є категорією бізнесу – це:

- а) правильне;
- б) неправильне.

27. Основні принципи здійснення підприємницької діяльності (допишіть):

- а) вільний вибір підприємцем підприємницької діяльності;
- б) самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів вироблюваної продукції, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом; установлення цін на продукцію відповідно до закону;
- в) _____;
- г) _____.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

Як змінювалось визначення понять «підприємець» и «підприємництво» в контексті історичної еволюції? Побудуйте хронологічну схему історичного розвитку поняття «підприємництво».

Завдання 2.

Найповніше сутність підприємництва розкривається в його функціях. Функції підприємництва широкі й різноманітні: організаційна, ресурсна, стимулююча, інноваційна тощо. Але найголовнішою серед них є суспільна.

Питання до обговорення.

1. Як у своїй діяльності підприємець має враховувати потребу суспільства?
2. Які ще вигоди, крім задоволення потреб, надає суспільству підприємництво?
3. У чому полягає суспільна функція підприємництва?
4. За основними функціями підприємництва побудуйте поетапну схему ваших дій як майбутнього підприємця.

Завдання 3.

Громадянин України Ващук Н.В. здійснює безпосередньо самостійну, систематичну, на власний ризик діяльність з наданням посередницьких послуг з метою отримання прибутку.

Питання до обговорення.

1. Чи займається Ващук Н.В. підприємницькою діяльністю і чи є він підприємцем? Обґрунтуйте свою відповідь, посилаючись на відповідні положення чинного законодавства України.
2. За яких умов фізична особа набуває статусу підприємця?

Завдання 4.

В економічній літературі зустрічаються твердження, що посередництво є непотрібним видом підприємницької діяльності.

Питання до обговорення.

1. Чи можете ви погодитися з таким твердженням?
2. Яку роль відіграють посередники в бізнесі?
3. Чи вважаєте ви правомірним відносити посередництво до сфери послуг?

Завдання 5.

Ситуація. Морозиво на паличці.

Одинадцятирічний Френк Епперсон випадково залишив увечері склянку з лимонадом на крильці будинку. У склянці була паличка для перемішування. У ту ніч ударив мороз. Забудькуватий Френк виявив уранці крижаний циліндр з вмерзлою паличкою. Так в 1905 році було винайдено ескімо на паличці.

Звичайно, у зв'язку з цією історією виникає немало питань: чи стане хто-небудь в холодний день пити лимонад на крильці? Чи часто буває, щоб хлопчиська готували собі лимонад, а потім забували його випити? Чи не здається достовірнішим, що Епперсон спеціально залишив склянку на вулиці? Чи, що ще вірогідніше, він попросту вигадав усе це через декілька років, коли Патентне Відомство стало сумніватися в достовірності його заявки на винахід. Так, питань немало. Але як би то не було, Френк Епперсон щосили торгував прохолодним на нитках в міському парку Окленду, штат Каліфорнія. Коли людині доводиться увесь цілісінський день стояти на ногах і вичавлювати сік з фруктів, він мимо волі починає філософствувати. І Епперсон вирішив: раз вже доля звела його з лимонадом, потрібно зайнятися ескімо. Він згадав про епізод із замерзлим в ту морозну ніч лимонадом і вирішив послати торгівлю напоями чим далі.

Він почав готувати лимонад, заморожений на паличці і продавати їх в тому ж міському парку. Спочатку він називав ескімо «Епсикл», з'єднавши своє прізвище із словом «айсикл» (бурулька). Спочатку цей товар нікого не зацікавив, навіть його власних дітей, які стали називати ескімо «Папсикл» (батькові бурульки). Це назва і закріпилося в злегка зміненому виді: «Попсикл».

За декілька років до цього людина на ім'я Гарі Берт придумала спосіб утримати популярність морозива. Він назвав свій продукт «Гарний настрій». Але коли він дізнався, що Епперсон намагається запатентувати «Попсикл», у нього самого, звичайно ж, відразу настрої зіпсувався. Берт опротестував патент Епперсона в 1923 році. Кінець кінцем, конкуренти дійшли компромісу: Епперсон погодився торгувати тільки замороженим шербетом з водою, а торгівлю молочними сумішами залишити Берт (через декілька років сталося злиття цих фірм). «Попсикл» отримав найбільшу популярність на літніх спортивних іграх в 1920 роках.

Але під час Великої Депресії прибутки компанії різко впали, і тоді підприємці випустили здвоєний «Попсикл», такий, що за п'ять центів двоє дітей отримували по ескімо кожному.

Свого часу Епперсон заморожував кожен «Попсикл» по декілька годин працюючи в два етапи, тепер же на цей же процес йшло вісім хвилин. Розливні форми опускаються в розчин, що охолоджує, потім у форми наливається наповнювач. Коли ж наповнювач починає густіти, вставляються палички. Після остаточного заморожування кожен форму трохи нагрівають, витягають з неї затверділе ескімо, яке потім занурюють у воду; вода замерзає, і ескімо придбає блискучу кірочку. Ескімо буває тридцяти різних сортів, але найпопулярніші з них - апельсинове, вишневе і виноградне.

Питання до обговорення.

1. Намалюйте графічно схему від розробки ідеї ескімо до створення компанії і розподілу прибутків і відмітьте, чи є в цій послідовності кроків успіхи і помилки Епперсона?

2. Що допомогло Епперсону в його успіху?

3. Які ідеї у виробництві морозива сьогодні можуть мати менеджерський успіх?

Завдання 6.

Ситуація. Як важливо правильно назвати товар.

Прорватися на міжнародний ринок збуту є бажаною метою більшості фірм, що розвиваються. Але навіть великим міжнаціональним корпораціям буває надзвичайно важко добитися відмінності в мові і культурних традиціях.

Ось приклади деякого конфузу.

Для Китаю назву «Кока-кола» спочатку перевели як «Кекон-Ке-Ла». На жаль, тільки надрукувавши тисячі етикеток, з'ясувалося, що цей вираз означає «кобила, нашпигована шкарпеткою». Фірма «Кока-кола» вивчила 40 тисяч китайських ієрогліфів і виявила, що найбільш близький фонетичний еквівалент – це «Ко-Коу-Ко-Ле», що у вільному перекладі означає "повний рот щастя".

На Тайвані при переведенні девізу «Пепси»: «Стань знову молодим разом з поколінням «Пепси», вийшло – «Пепси» піднімає твоїх предків з могили.

Знову-таки, по-китайськи «смажені курчата по-кентукійські», які рекламувалися словами «так смачно, що пальчики оближеш», перетворилося на «зовсім відкусиш собі пальці».

Американський рекламний девіз сигарет «Салем - відчуй себе вільним!» при переведенні на японський звучав так: «Коли палити «Салем», то відчуваєш себе таким освіженим, що голова стає порожньою».

Коли «Дженерал Моторс» стала продавати автомобіль «Шеви Нова» в Південній Америці, то ніхто не зміркував, що «нова» означає «не поїде». Дізнавшись про причину комерційного конфузу, підприємці перейменували модель для іспаномовного ринку і назвали машину «Карибе».

Коли компанія авторучок «Паркер» стала продавати свої вироби в Мексиці, то в рекламі говорилося, тобто передбачалося сказати: «Ця авторучка не підтікає в кишені і не поставить вас в незручне становище». Проте при

переведенні вкралась помилка із-за схожого написання і звучання слова. В результаті вийшла цікава обіцянка: «Ця авторучка не підтікає в кишені і зробить вас вагітною». Навіть іспаномовний американський ринок може виявитися багатим наслідками несподіванками.

Виробник літніх футболок на Майамі був упевнений, що виводить напис «Я бачив римського папу» на сувенірних сорочках під час візиту Його Преосвященства, а по-іспанськи вийшло: «Я бачив Картоплю».

Франк Пюрдюю склав девіз: «Тільки справжній чоловік може приготувати курча з ніжним смаком». Переведення на іспанський зробили погано, і по усій Мексиці висіли фотографії Френка з курчам в руці і написом: «Тільки справжній чоловік може розігріти курча».

Зубна насту «Колгейт» була представлена у Франції під назвою «Кіо» (С). Виявилось, що так називається широко відомий порнографічний журнал.

Питання до обговорювання.

1. Чому підприємці повинні уважно відноситися до назви своєї фірми?
2. У яких випадках фірми з іменами підприємців допомагають просуванню?
3. Які асоціації у Вас викликають назви вказаних фірм і продуктів?
4. Виходячи з яких міркувань дають зазву фірми (підприємства), що створюються.
5. Якій назві вашої фірми ви віддали б перевагу?

Завдання 7.

Страховий бізнес полягає в тому, що підприємець за певну винагороду гарантує особі чи організації компенсацію за можливі ризики (утрата майна, цінностей, здоров'я, життя тощо).

Питання до обговорення.

1. На якій підставі страхову діяльність можна назвати підприємницькою?
2. Поясніть яким чином підприємці, що здійснюють страхову діяльність отримують прибуток, за який рахунок вона виникає?
3. Які ризики супроводжують страхову діяльність? Чи ризикує страхова компанія?

Завдання 8.

Вирішення ситуаційного завдання з елементами ділової гри.

Для виконання завдання група ділиться на 3-4 групи по 3-7 чоловік. Кожна група повинна віртуально створити підприємство.

Питання до обговорення.

1. Визначити і обґрунтувати сферу та вид діяльності підприємства.
2. Обрати назву для підприємства, сформулювати його мету та місію.
3. Визначити цілі діяльності підприємства (основні та проміжні).
4. Вибрати вид продукції (послуг), яке вироблятиме (надаватиме) підприємство.
5. Зазначити роль даного підприємства в суспільстві в сучасних умовах конкуренції.

6. Визначити сильні сторони та переваги функціонування вашого підприємства.

7. Зазначити основні ризики, які можуть виникнути в процесі діяльності підприємства.

8. Зробити висновки.

Завдання 9.

Відповідно до п.п. 14.1.226 п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України самозайнята особа – платник податку, який є фізичною особою – підприємцем або провадить незалежну професійну діяльність за умови, що така особа не є працівником в межах такої підприємницької чи незалежної професійної діяльності.

Питання до обговорення.

1. Які види діяльності може здійснюватися незалежною професійною діяльністю?

2. Скільки найманих працівників може використовувати самозайнята особа?

3. Постійний чи тимчасовий характер має незалежна професійна діяльність?

4. Чи зобов'язані стати на облік у контролюючих органах за місцем свого постійного проживання самозайняті особи та отримати довідку про взяття на облік?

5. Чи оподатковуються доходи громадян, отримані протягом календарного року від провадження незалежної професійної діяльності?



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Виникнення та еволюція поняття «підприємництво».
2. Історичний досвід розвитку підприємництва.
3. Основні функції підприємництва та комплексна характеристика його сучасної сутності.
4. Економічна свобода – основна передумова розвитку підприємництва.
5. Рушійні сили підприємництва.
6. Умови та принципи підприємницької діяльності.
7. Конкуренція як засіб реалізації підприємництва.
8. Сутність та структура економічної власності.
9. Що таке «успіх у житті».
10. Шлях до успіху в бізнесі.
11. Шляхи досягнення добробуту.
12. Психологія успіху.
13. Причини невдачі в бізнесі.

14. Роль бізнесу в сучасній економіці.
15. Найважливіші передумови розвитку бізнесу та підприємницької діяльності.
16. Підприємництво та цілі соціально-економічного розвитку України.
17. Сутність фанк-бізнесу.
18. Підприємництво, як особлива форма економічної активності.
19. Діловий етикет. Етика управління.
20. Стратегічна сфера бізнесу.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України № 436-IV від 19.02.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Доброва Н. В., Осипова М. М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса, 2018. 305 с.
3. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб/ за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.

ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ

- 2.1. Поняття підприємницького середовища та його складові.
- 2.2. Фактори, що формують підприємницьке середовище.
- 2.3. Елементи внутрішнього середовища підприємництва.
- 2.4. Зовнішнє середовище підприємництва та його елементи.

 **Основні поняття та терміни:** підприємницьке середовище, підприємницький клімат, внутрішнє підприємницьке середовище, зовнішнє середовище підприємства, фактори мікросередовища, зовнішні фактори підприємницького середовища, постачальники ресурсів, споживачі продукції, конкуренти, контактні аудиторії, посередники, фактори макросередовища, стимулюючі та стримуючі фактори підприємницького середовища.

2.1. Поняття підприємницького середовища та його складові елементи

Підприємницька діяльність, як особливий організаційно-економічний новаторський стиль господарського поведіння, припускає володіння навичками ведення бізнесу й тим, що називається підприємницьким духом. Однак, це ще не означає неминучості досягнення підприємницького успіху. Багато чого залежить від ступеня розвиненості ринкових відносин та від того середовища, в якому здійснюється підприємницька діяльність.

Середовище, у якому здійснюється підприємницька діяльність, можна уявити у вигляді економічної системи, де відбувається активна взаємодія всіх контрагентів ринку.

У загальноприйнятому трактуванні (що найчастіше зустрічається в економічній літературі), **підприємницьке середовище** – це соціальна, економічна, політична, правова ситуація, яка склалася в країні, що забезпечує умови та економічну свободу дієздатним громадянам для заняття підприємницькою діяльністю.

Під підприємницьким середовищем розуміється комплекс умов та сил зовнішнього порядку, які впливають на можливості й кінцеві результати діяльності суб'єктів ринкових відносин, а також дозволяють підприємцю реалізувати свої цілі й функції.

Таким чином, підприємницьке середовище – це суспільно-економічна ситуація, яка характеризується:

- наявністю економічної свободи;
- присутністю підприємницького корпусу;

- домінуванням ринкових економічних зв'язків;
- наявністю і можливістю використання необхідних ресурсів.

Слід розрізняти поняття підприємницького клімату і підприємницького середовища.

Підприємницький клімат – це відносини держави та суспільства до бізнесу. Підприємницький клімат є більш активною й динамічною категорією й означає сукупність конкретних параметрів складових підприємницького середовища, які регулюють, регламентують, зумовлюють підприємницьку діяльність і з якими підприємець, як господарюючий суб'єкт, вступає у взаємодію, розвивається сам і спонукає їх до саморозвитку.

Підприємницьке середовище являє інтегровану сукупність різних (об'єктивних і суб'єктивних) факторів, що дозволяють підприємцям домагатися успіхів в реалізації поставлених цілей, здійсненні підприємницьких проєктів і отриманні прибутку.

Складові підприємницького середовища залежно від ступеня зв'язку їх з підприємцем об'єднані в шість сфер (рис. 2.1).

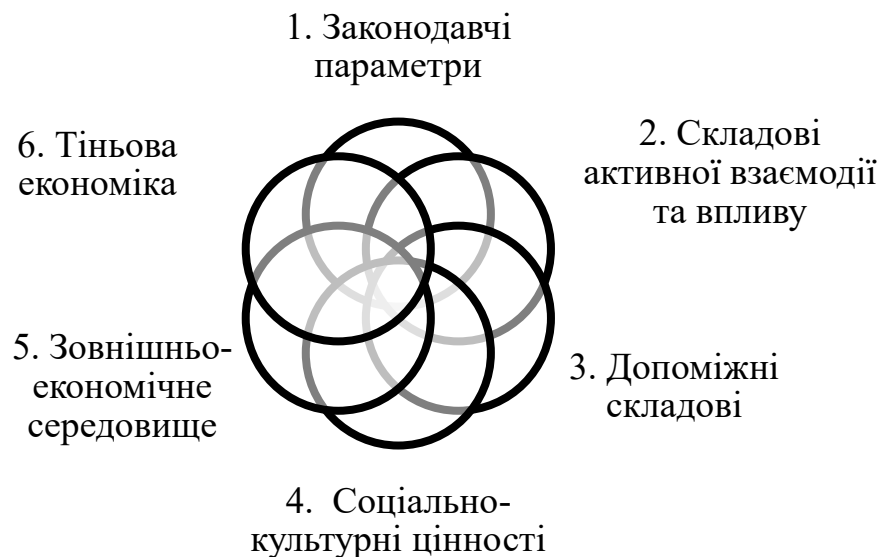


Рис. 2.1 – Сфери підприємницького середовища

Перша сфера включає базові законодавчі параметри: політичні, екологічні, фінансово-кредитні, цінові, податкові, правові, географічні.

Друга сфера включає складові, з якими підприємець активно взаємодіє і змінює: організація підприємств, їх розміри, системи управління, технологія, технічна оснащеність, система матеріального стимулювання, назви товарів, послуг, ринки збуту та ін.

Третя сфера включає складові, які виконують допоміжну роль, які підприємець використовує у своїй діяльності: інформаційні, рекламні, освітні.

Четверта сфера, включає параметри, які підприємець обов'язково враховує при визначенні стратегії розвитку: морально-етичні цінності, традиції, звички, віросповідання і та ін.

П'ята сфера – зовнішньоекономічне середовище, параметри якого активно впливають на суб'єкти підприємництва через систему різнобічних механізмів: цін, тарифів, митного контролю тощо.

Шоста сфера – тіньова економіка, яка чинить певний силовий, владний, фінансовий, матеріальний тиск на підприємців, сприяє розвитку корупції.

Підприємницьке середовище постійно змінюється під впливом різноманітних впливів (рис. 2.2). Їх прийнято поділяти на циклічні та не циклічні.

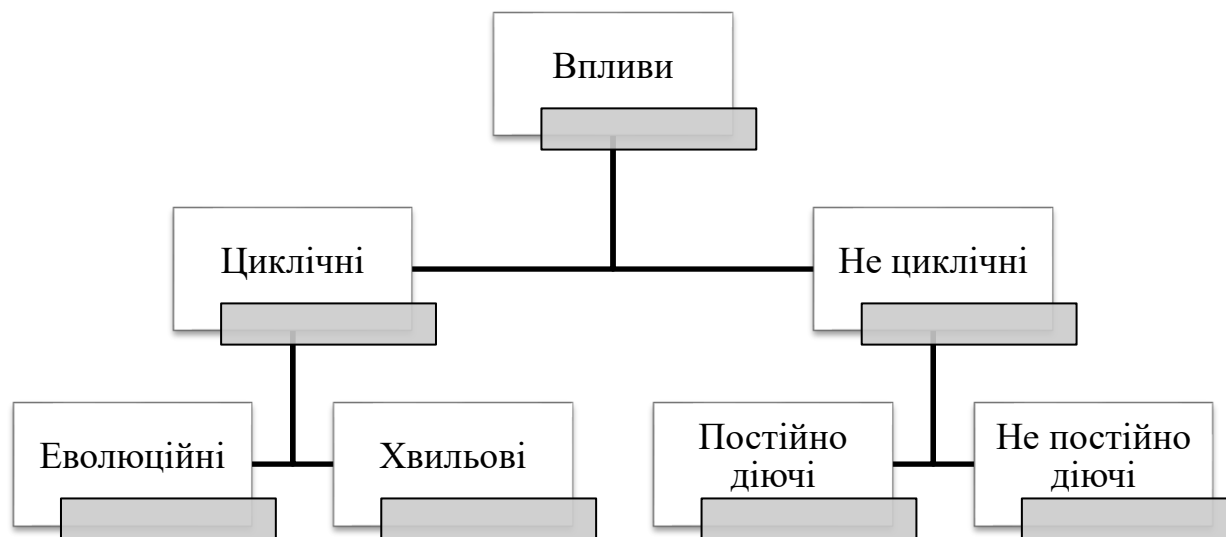


Рис. 2.2 – Чинники змін у підприємницькому середовищі

Циклічні чинники розділяються на: еволюційні та хвильові.

Еволюційні чинники – це не обернені чинники, які при відсутності інших впливів діють в визначеному одному і тому ж напрямку (наприклад, тенденція росту населення, зростання загального обсягу виробництва).

Хвильові чинники змінюють підприємницьке середовище в різні проміжки часу з однаковим або схожим збігом обставин (наприклад, продуктивність праці, ціни, відсотки на капітал, відсоток безробітних тощо).

Нециклічні чинники поділяються на постійно діючі і не постійно діючі.

Постійно діючі чинники впливають на: зміну рівня економічного розвитку; науково-технічний прогрес, монополізацію, державне регулювання, мілітаризацію економіки, конкуренцію.

Не постійно діючі чинники – це сезонні коливання, соціальні конфлікти, політичні кризи, стихійні катаклізми.

Як інтегрована складна система, підприємницьке середовище поділяється на:

- 1) зовнішнє середовище;
- 2) внутрішнє середовище.

Внутрішнє середовище підприємства – це сукупність чинників підприємства, які формують його довгострокову прибутковість і перебувають під безпосереднім контролем підприємця.

Зовнішнє середовище підприємства – це чинники й умови, що перебувають поза підприємством та існують незалежно від нього, але впливають або можуть впливати на його функціонування.

Внутрішнє та зовнішнє середовище як підсистеми підприємницького середовища, у свою чергу, формуються численною кількістю взаємопов'язаних складових (зокрема, факторів та умов).

2.2. Фактори, що формують підприємницьке середовище

Фактори підприємницького середовища можна класифікувати за різними ознаками (рис. 2.3).

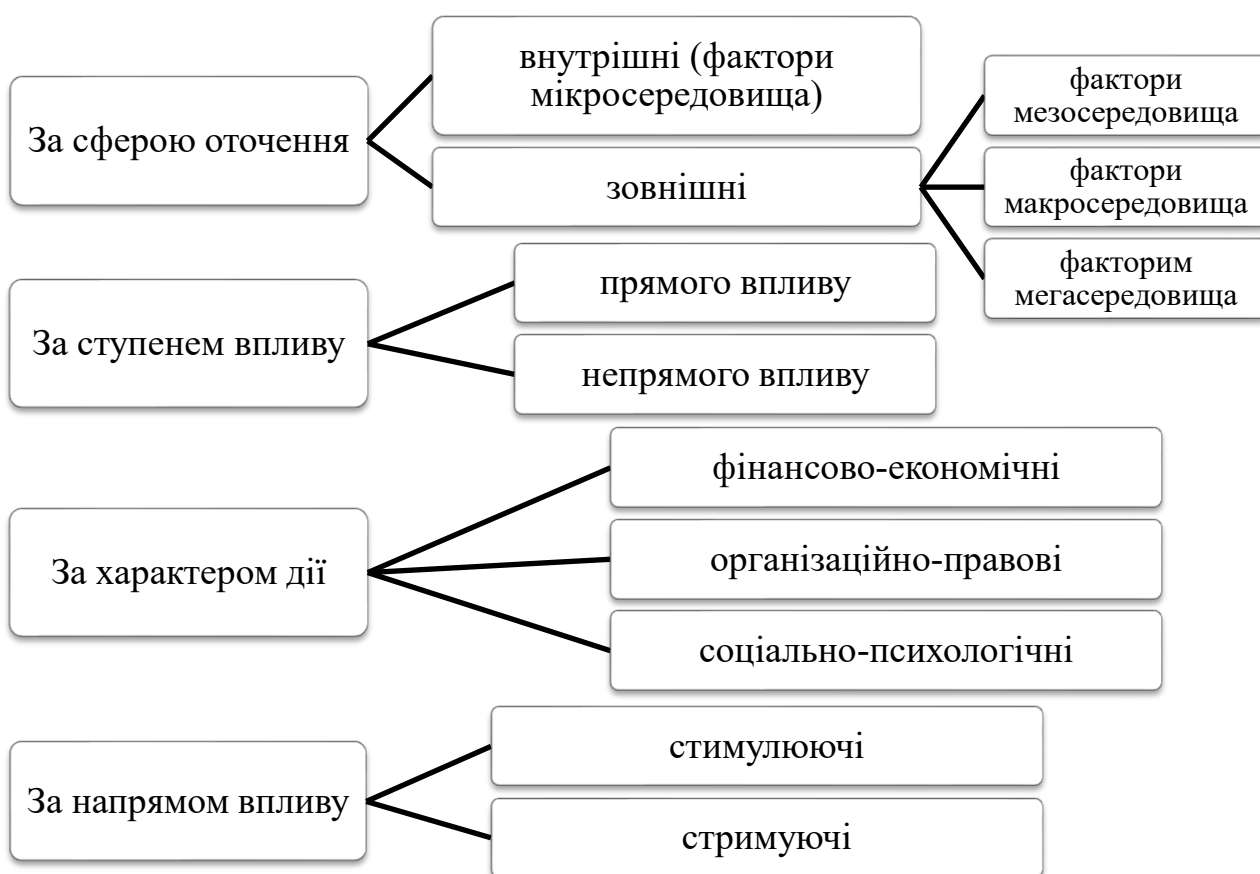


Рис. 2.3 – Класифікація факторів підприємницького середовища

Внутрішні фактори чи фактори мікросередовища – це чинники, що створюються і контролюються підприємством. Вони формують довгострокову прибутковість бізнесу і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу підприємства.

Внутрішні фактори підприємницького середовища представлені на рис. 2.4.

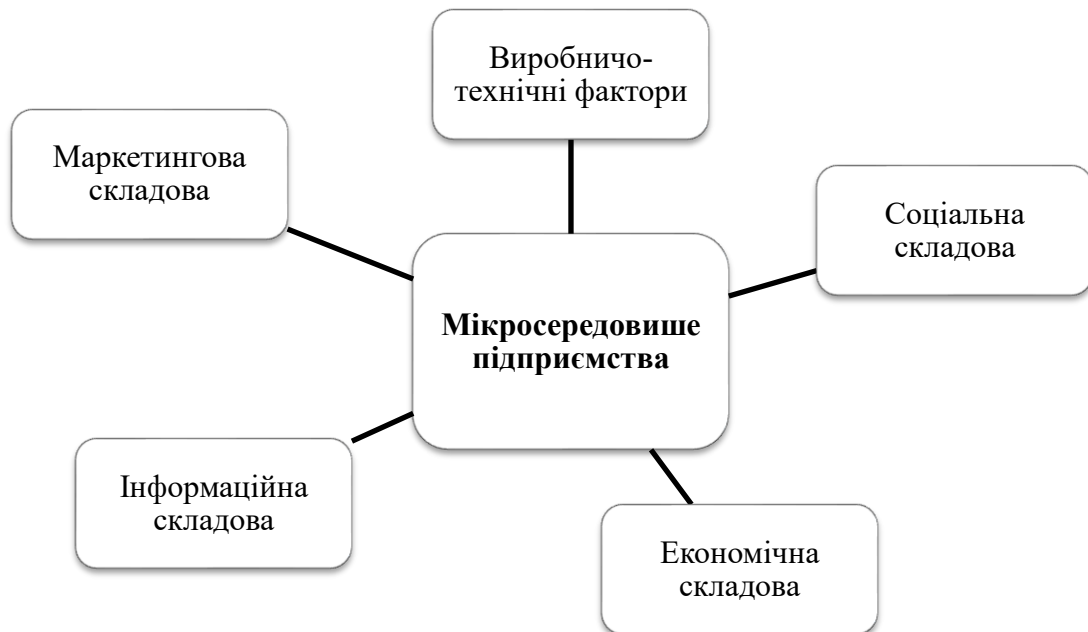


Рис. 2.4 – Внутрішні фактори підприємницького середовища

Виробничо-технічні фактори включають всю сукупність машин, обладнання, інструментів, пристосувань, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, технології виробництва продукції. Від складу машин і обладнання, інструментів і пристосувань, їх прогресивності, рівня фізичного та морального зносу, інтенсивності застосування, технології і якості обслуговування багато в чому залежить успіх діяльності підприємства; кількість і якість продукції, рівень рентабельності та розмір прибутку.

Соціальна складова мікросередовища (внутрішнього середовища підприємства) включає весь складний комплекс відносин між людьми, що працюють на підприємстві. Від їх здібностей, ставлення до праці, мотивації, поведінки багато в чому залежать результати роботи підприємств.

Економічна складова являє собою сукупність економічних процесів, що включають рух капіталу і грошових коштів, економічні показники діяльності підприємства.

Інформаційна складова – це сукупність організаційно-технічних засобів, що забезпечують канали та мережі підприємства інформацією для ефективних комунікацій в управлінні підприємством. З появою і розвитком інформаційних мереж, включаючи Інтернет, успіх підприємства все в більшій мірі визначається рівнем інформаційних технологій, що використовуються ним. Основне призначення інформаційних технологій – максимальне наближення персоналу управління підприємством до виконання ними основної функції – прийняття рішень. Інформаційні технології звільняють працівників від рутинних операцій підготовки інформації для прийняття рішення і вироблення відповідних рекомендацій.

Маркетингова складова передбачає забезпечення потреб споживачів у товарах або послугах підприємства шляхом вивчення ринку, створення ефективної реклами і системи збуту. Маркетинг надає також активний вплив на ринок, на існуючий попит з метою збільшення ринкової частки підприємства і підвищення рентабельності продажів.

Зовнішні фактори – це фактори, які формують довгострокову прибутковість бізнеса і на які підприємство не може впливати взагалі або має незначний вплив.

У складі зовнішніх факторів підприємницького середовища розрізняють фактори мезорівня, макrorівня та мегарівня (рис. 2.5).



Рис. 2.5 – Зовнішні фактори підприємницького середовища

Фактори мезорівня – фактори, що безпосередньо впливають на можливість підприємства обслуговувати своїх споживачів.

До суб'єктів мезосередовища належать: постачальники ресурсів, споживачі продукції, конкуренти, контактні аудиторії, посередники (рис. 2.6).

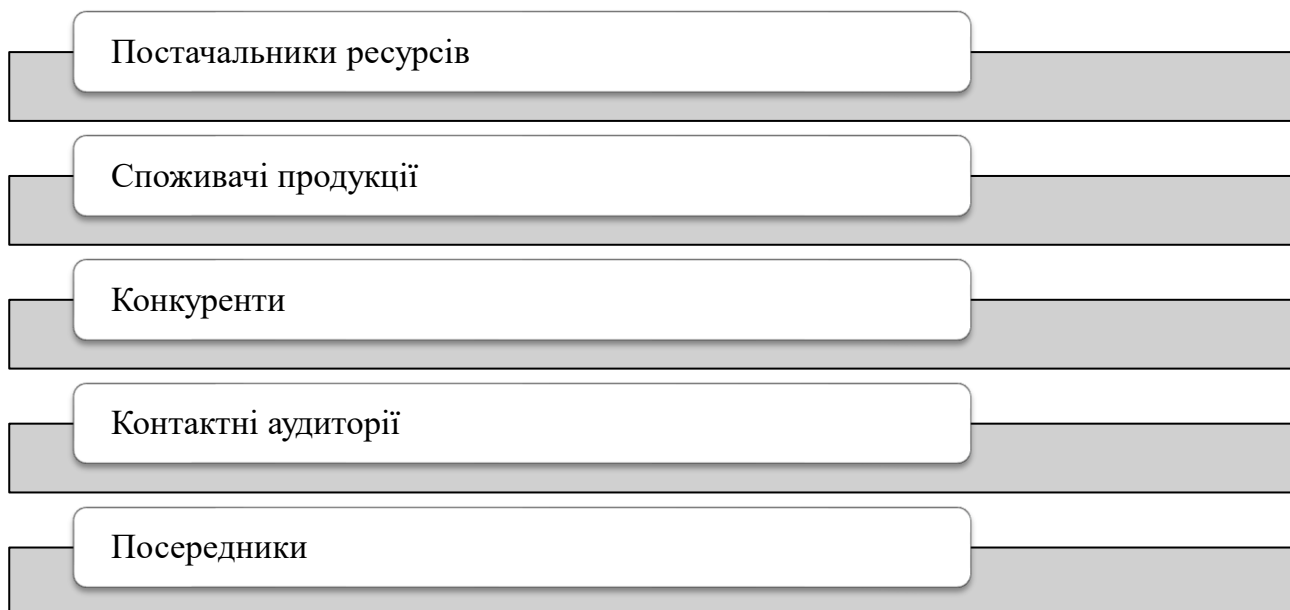


Рис. 2.6 – Суб'єкти мезосередовища підприємства

Постачальники ресурсів – це суб'єкти господарювання, що забезпечують бізнес необхідними йому для виробництва конкретних товарів або послуг матеріально-технічними, трудовими та інформаційними ресурсами.

Залежність підприємця від постачальників матеріальних, енергетичних та інших ресурсів досить велика. Несвоєчасна поставка, постачання неякісних ресурсів, заміна одних видів ресурсів іншими, завищення цін на ресурси тощо – все це ставить підприємство в повну залежність від постачальників, створює великі складності в роботі. Тому завдання підприємця – максимально мінімізувати свою ресурсну залежність.

Споживачі продукції – це фактичні або потенційні покупці продукції, послуг суб'єктів підприємницької діяльності. Це окремі особи, домогосподарства, а також корпоративні підприємства, які використовують товари та/або послуги підприємства-виробника для задоволення своїх потреб. Споживачі – це не тільки індивідуальні покупці та клієнти, але і оптові і роздрібні торгові мережі, магазини, торгові агенти, офіційні дистриб'ютори. Склад споживачів продукції і послуг залежить від багатьох факторів: специфіки продукції та послуг підприємства, масштабів виробництва продукції і надання послуг, ринків збуту та ін. У числі споживачів продукції та послуг значну роль відіграють різні товариства з захисту споживачів, контролюючі організації, товариства захисту та інші подібні організації. Вони вступають в безпосередній контакт з виробниками продукції і організаціями, що надають послуги, з приводу якості вироблюваної продукції і надаваних послуг, дотримання вимог екології, сумлінності реклами і та ін.

Споживач – це фактично основна причина функціонування кожного підприємства, адже метою кожного суб'єкта ринку є задоволення потреб споживачів і на базі цього вже й отримання прибутку. Тому вплив споживачів достатньо великий і виявляється в найрізноманітніших формах: висунення особливих вимог до якості продукції і обслуговування, до технічних характеристик продукції, встановлення певного рівня цін та ін. Виявляється і зворотний вплив підприємця на споживачів, який проявляється у виготовленні продукції та послуг з гарантією високої якості, встановленні більш низьких або стабільних цін на продукцію і послуги та ін.;

Конкуренти – це підприємці, що змагаються в досягненні ідентичних цілей, в прагненні володіти тими ж ресурсами та благами, сегментом, займати таке ж та, навіть, краще положення на ринку.

Конкуренція є рушійним стимулом розвитку, вдосконалення, модернізації, оновлення кожного підприємства, адже всі прагнуть зайняти максимально вигідну позицію не тільки на ринку, але й у свідомості кожного споживача. Саме конкуренти задають підприємству критерії, які необхідно удосконалювати.

Завдання підприємця – визначити можливості конкурентів і прийняти необхідні заходи щодо забезпечення себе від реальних і потенційних загроз з їх боку. Оптимальний варіант у цих умовах – розробити та почати виробництво продукції або надання послуг, що протистоять конкурентним і відрізняються

більш високою якістю і споживчими властивостями. Іншими словами, у боротьбі з конкурентами потрібна наступальна, а не оборонна позиція.

Контактні аудиторії – це будь-яка група людей, яка проявляє реальний чи потенційний інтерес до діяльності бізнесу або може справити на нього певний вплив

До контактних аудиторій відносять: фінансові кола, засоби масової інформації, державні органи управління, місцеве населення тощо (рис. 2.7).

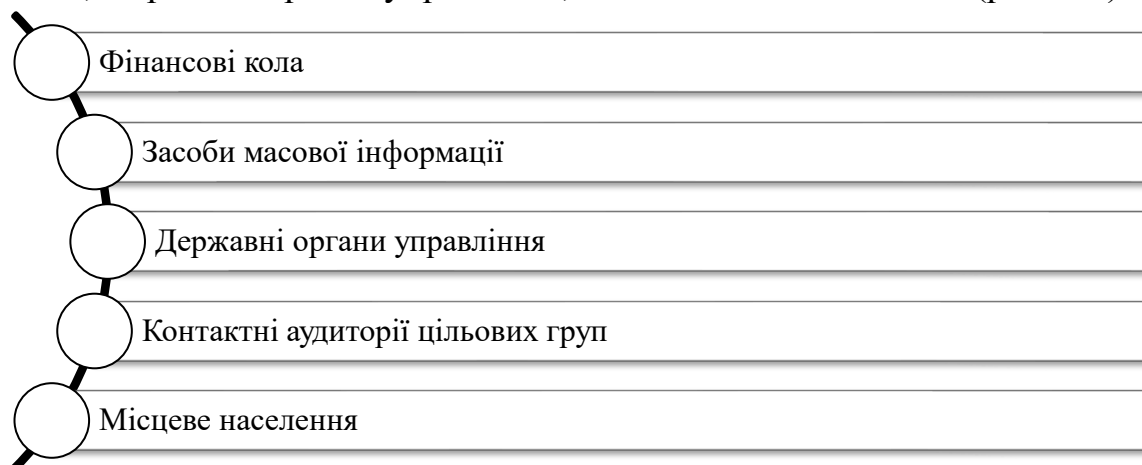


Рис. 2.7 – Можливі контактні аудиторії

Фінансові кола – це ті контактні аудиторії, які впливають на здатність підприємства забезпечувати себе капіталом. До цієї групи належать банки та інші кредитні установи, інвестиційні компанії, брокерські фірми і акціонери.

Засоби масової інформації – організації, що поширюють новини, статті та коментарі. Це телекомпанії, радіостанції, газети і журнали. Керівник зацікавлений у створенні сприятливого образу підприємства в засобах масової інформації за рахунок реклами власної готової продукції, публікації статей, про підприємство, зокрема, про благодійну діяльність.

Державні органи управління, що чинять дії регулюючого характеру і впливають безпосередньо на рівень і ступінь жорсткості конкуренції. Сюди відносяться державні законодавчі органи, різні державні установи представницької і виконавчої влади, які наглядають за дотриманням законів і видають необхідні власні нормативні акти, місцеві адміністративні органи. Підприємство повинно враховувати всі зміни, що відбуваються в державній сфері і виробляти адекватну реакцію на них.

Контактні аудиторії цивільних груп – спілки споживачів, захисники навколишнього екологічного середовища, представники релігійних, національних меншин, профспілки тощо. З метою створення і підтримки сприятливого образу підприємства в цих групах доцільно здійснювати постійні контакти з ними або враховувати побажання стосовно господарюючого суб'єкта.

Місьцеве населення, яке може відчувати на собі негативний вплив підприємства (шум, забруднення довкілля тощо), а тому перешкоджати його діяльності, а може і підтримувати – у випадку, коли підприємство створює нові робочі місця, справно сплачує податки, бере участь у добродійних заходах.

Внутрішні контактні аудиторії – власні робітники і службовці підприємства, керуючі, а також добровільні помічники. Як правило, якщо власні робітники і службовці позитивно налаштовані по відношенню до свого підприємства, це ставлення поширюється і на інші контактні аудиторії. Для цього підприємству доцільно видавати інформаційні бюлетені, щоб своєчасно інформувати власних працівників щодо актуальних проблем виробництва.

Кожна визначена група поданої класифікації контактних аудиторій справляє значний вплив на функціонування та розвиток підприємства.

Посередники – це підприємства, організації або окремі фізичні особи-підприємці, що допомагають бізнесу в просуванні, збуті і розповсюдженні товарів, послуг серед споживачів на відповідних ринках. До них відносяться торгові посередники, фірми-спеціалісти з організації товарообігу (включаючи транспортні підприємства, складську мережу), агентства з надання маркетингових послуг (спеціальних досліджень, консалтингових, реклами тощо), а також кредитно-фінансові установи комерційної спрямованості (комерційні банки, страхові компанії). Плідна співпраця із посередниками може допомогти підприємству завоювати міцні ринкові позиції, ефективно працювати і розвиватись, а невдалий вибір посередників, які лише «накручують» ціну на товар, а не дбають про його ефективний збут, може довести бізнес до банкрутства.

Фактори макросередовища – сукупність умов і факторів, які впливають на розвиток підприємництва в країні та діють незалежно від волі підприємців. Цим чинникам притаманний високий рівень варіативності, невизначеності та непередбачуваності можливих наслідків. Така дія факторів макросередовища обумовлена тим, що вони впливають на підприємство і суб'єкти його оточення не прямо, а опосередковано. До основних факторів макросередовища, за якими підприємство має уважно стежити та правильно оцінювати пов'язані з ними загрози чи ризики при розробці підприємницької стратегії, відносяться: економічні, політичні, соціокультурні, науково-технологічні та інші (рис. 2.8).

Економічні фактори – це фактори, що свідчать про рівень економічної ситуації у країні. До них належить: рівень та темпи інфляції, зростання та спад виробництва, коливання курсу національної валюти відносно валют інших країн, оподаткування, умови кредитування бізнесу і процентна банківська ставка, рівень динаміки цін, розподіл прибутків і попит покупців, платоспроможність контрагентів тощо.

Вагомим економічним фактором підприємництва виступає інфляція. Поведінкова позиція бізнесменів в умовах високого рівня інфляції в Україні будується таким чином, щоб, з одного боку, захистити свої доходи та нагромадження, а, з іншого боку – скористатися підвищеним попитом на свою продукцію, оскільки покупці прагнуть якомога швидше перевести грошові доходи в більш надійну майново-товарну форму. При цьому в сфері бізнесу грошові нагромадження доцільно вкладати в те, що завжди залишається в ціні: валюта, майно, товари. Інвестиційні проєкти в умовах високої інфляції не вигідні. Навіть за західними мірками рівень інфляції на рівні 25% за рік вважається тією межею, за якою довгострокові інвестиції стають недоцільними.

Таким чином, чим вище інфляція, тим нижчими є темпи розвитку підприємництва. Крім того, змінюється якісна структура підприємців: зменшується їх кількість в сфері виробництва товарів та послуг і збільшується у сфері оборотності товарів та капіталу.

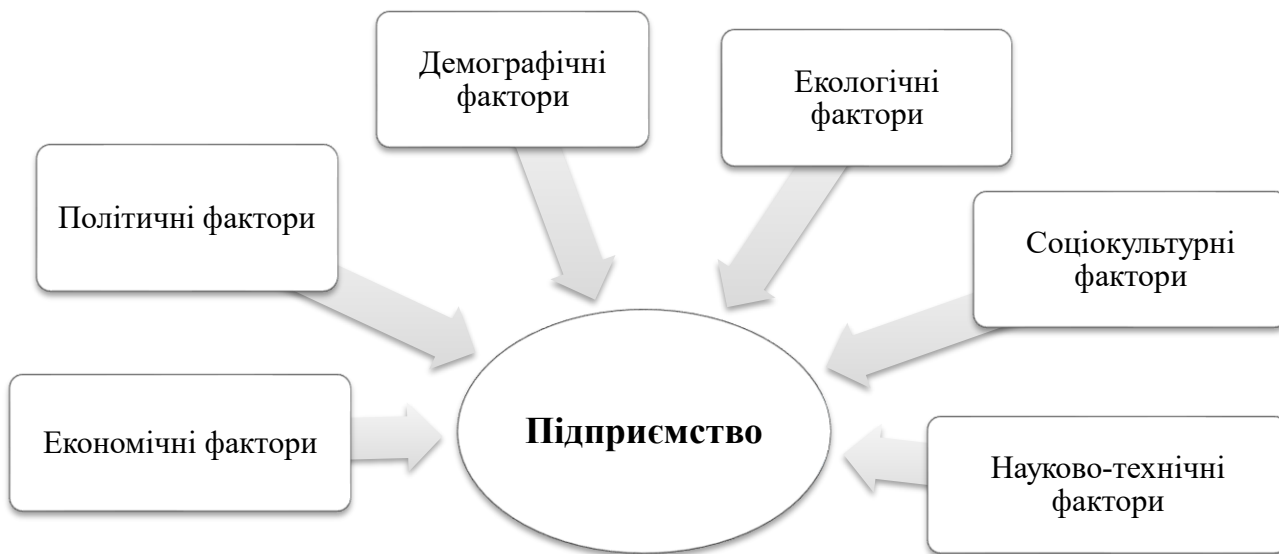


Рис. 2.8 – Фактори макросередовища

Вагомим барометром економічної обстановки виступає кредитна система, наявність та доступність грошових ресурсів. Це визначає доходи на інвестований капітал, впливає на величину позикових засобів, до яких готовий звернутися бізнес для фінансування своїх ділових операцій. Зміна умов кредитування, рівень процентних ставок на капітал може зробити вигідним чи не вигідним інвестування в нові підприємства, а також впливати на процес нарощування виробничого потенціалу підприємства.

Для забезпечення сприятливих умов своєї діяльності підприємства мусять здійснювати постійний моніторинг економічної ситуації і оцінювати її зміни з точки зору вірогідних для себе наслідків.

Політичні фактори – це фактори, що дозволяють оцінити політичну стабільність в державі та регіоні, напрямки розвитку політичної системи. Ця група факторів мусить постійно знаходитись у полі зору керівників підприємств перш за все у нестабільному соціально-економічному і політичному середовищі. Нестабільна політична ситуація спричиняє відтік капіталу від галузей, що потребують значних довгострокових інвестицій, і водночас спрямовує підприємницьку діяльність у бік короткого обігового циклу, який властивий торговельному бізнесу.

Демографічні фактори – це фактори, що характеризують зміну структури населення за віковими, національними, кваліфікаційними ознаками, рівнем освіти, доходів, споживацькими перевагами тощо. Їх аналіз дає можливість зрозуміти, зокрема, чи достатній освітній та кваліфікаційний рівень населення регіону для забезпечення позитивного сприйняття продукції чи послуг підприємства (це важливо, зокрема, для Інтернет-проектів, деяких гуманітарних проектів тощо); як діяльність підприємства вплине на рівень зайнятості

населення регіону. Такі фактори слід приймати до уваги, визначаючи клас споживачів, для яких передбачається виготовляти продукцію, для оцінки можливості залучення трудових ресурсів відповідної кваліфікації, для оцінки місткості ринку і обґрунтування інших подібних управлінських рішень.

Певний вплив на підприємницьку діяльність здійснює характер розподілу доходів. Диференціація в доходах різних груп населення визначає структуру попиту на споживчому ринку, а, отже, й структуру діючих підприємницьких структур. Невипадково, що в Україні в умовах сильної диференціації доходів населення віддається перевага створенню магазинів, які торгують дорогими товарами, найчастіше імпортного виробництва. Справа в тім, що торгівля товарами масового попиту може бути вигідна у великих обсягах тільки при наявності у більшості населення доходів у межах середніх, але які значно перевищують рівень, необхідний для задоволення першочергових фізіологічних потреб. У протилежному випадку формуються дві основні категорії покупців: одні споживають високоякісні й дорогі товари, а інші – тільки продукти харчування першої необхідності. Відповідно до цієї структури споживачів розвивається й структура роздрібної торгівлі.

Екологічні фактори – це фактори, що свідчать про відповідність підприємницької діяльності критерію безпеки людини і навколишнього середовища. У їх складі виділяють обсяги викидів у середовище забруднюючих та отруйних речовин; рівень фізичного (електромагнітного, радіаційного, теплового) впливу на середовище; надійність і соціально-екологічна безпека виробничих систем та великих технологічних утворень – гідротехнічних споруд, газо- і нафтопроводів, тунелів тощо; кількість і якість продукції, що виготовляється, її безпечність і утилізаційна придатність; стан природного середовища, в якому знаходиться підприємство (до і після реалізації запланованої стратегії розвитку) і розміри можливих незворотних негативних наслідків.

Соціокультурні фактори – це фактори, що формуються у рамках конкретного суспільства і відображають особливості основних поглядів, цінностей та норм поведінки людей, що впливають на прийняття ними управлінських рішень. До них відносять: ставлення людей до самих себе і до інших, ставлення до суспільних інститутів, природи, основних культурних цінностей тощо.

Науково-технічні фактори – це фактори, що дозволяють проаналізувати можливий вплив загальносвітового науково-технічного середовища на створення і впровадження технологічних новацій. При цьому велику увагу слід приділяти науковим винаходам чи відкриттям, які можуть революційно вплинути на подальше використання існуючих технологій, роблячи їх малоперспективними.

Здійснюючи дослідження різних складових макросередовища, дуже важливо мати на увазі два моменти:

1. Всі складові макросередовища знаходяться в стані суттєвого взаємовпливу. Тому їх вивчення і аналіз необхідно виконувати комплексно, враховуючи те, як зміни відображаються на інших складових.

2. Ступінь впливу окремих чинників макросередовища на різні підприємства є неоднаковим. Підприємство повинно визначити для себе, які із зовнішніх факторів суттєво впливають на його діяльність, скласти список тих, які є потенційними носіями загрози для нього та список тих, які можуть відкрити додаткові можливості для підприємства.

Ще однією складовою зовнішнього підприємницького середовища є мегарівень або глобальне середовище.

Керівництво підприємств, які діють на міжнародному ринку, повинне постійно оцінювати і контролювати зміни в цьому середовищі. Останніми роками посилилася конкуренція з боку іноземних підприємств на українському ринку і небезпека витіснення українських виробників іноземними. Важливими показниками є конкурентоспроможність товарів іноземних виробників, обсяги експорту та імпорту, науково-технічне співробітництво, спільне підприємництво тощо

До **чинників мегарівня** відносять:

1) технологічні чинники включають знання, інформацію, розвиток науки і техніки, що відображають ступінь розвитку продуктивних сил у цілому. Найважливіші технологічні зміни, що впливають на бізнес у всіх країнах – це науково-технічний прогрес, що зумовлює появу нових матеріалів і технологій, розвиток інформаційних технологій, розповсюдження ресурсо- і енергозберігаючих технологій;

2) міжнародні чинники. Вони зумовлені такими світовими тенденціями, як глобалізація та інтернаціоналізація економіки, галузеві зрушення до сфери послуг і високих технологій, зростання гнучкості виробництва, ринкового збуту і продуктів, посилення конкуренції і співпраці, можливості для розвитку бізнесу компанії в інших країнах. Вказані тенденції знаходять своє відображення як у міжнародних домовленостях, так і в політиці і стратегії підприємств.

Наступним критерієм класифікації факторів підприємницького середовища є їх поділ за ступенем впливу на фактори прямої дії та фактори непрямої дії.

Фактори прямої дії впливають на підприємництво безпосередньо, крім цього підприємництво в тій чи іншій мірі може частково вплинути на них. *Фактори непрямої дії* впливають на підприємництво або опосередковано (через інші фактори) або у якихось певних ситуаціях, але підприємець позбавлений можливості впливати на ці фактори.

Зазвичай факторами прямої дії прийнято вважати фактори мікро- та мезосередовища. У свою чергу фактори макро-та мегарівня є факторами непрямої дії.

Приклад факторів підприємницького підприємництва за ступенем впливу представлено на рис. 2.9.

Визначений перелік факторів непрямої дії, на нашу думку, доцільно доповнити ще непередбаченими чинниками, пов'язаними з форс-мажорними обставинами: стихійні лиха, природні катаклізми, неправомірні та протиправні дії тощо.

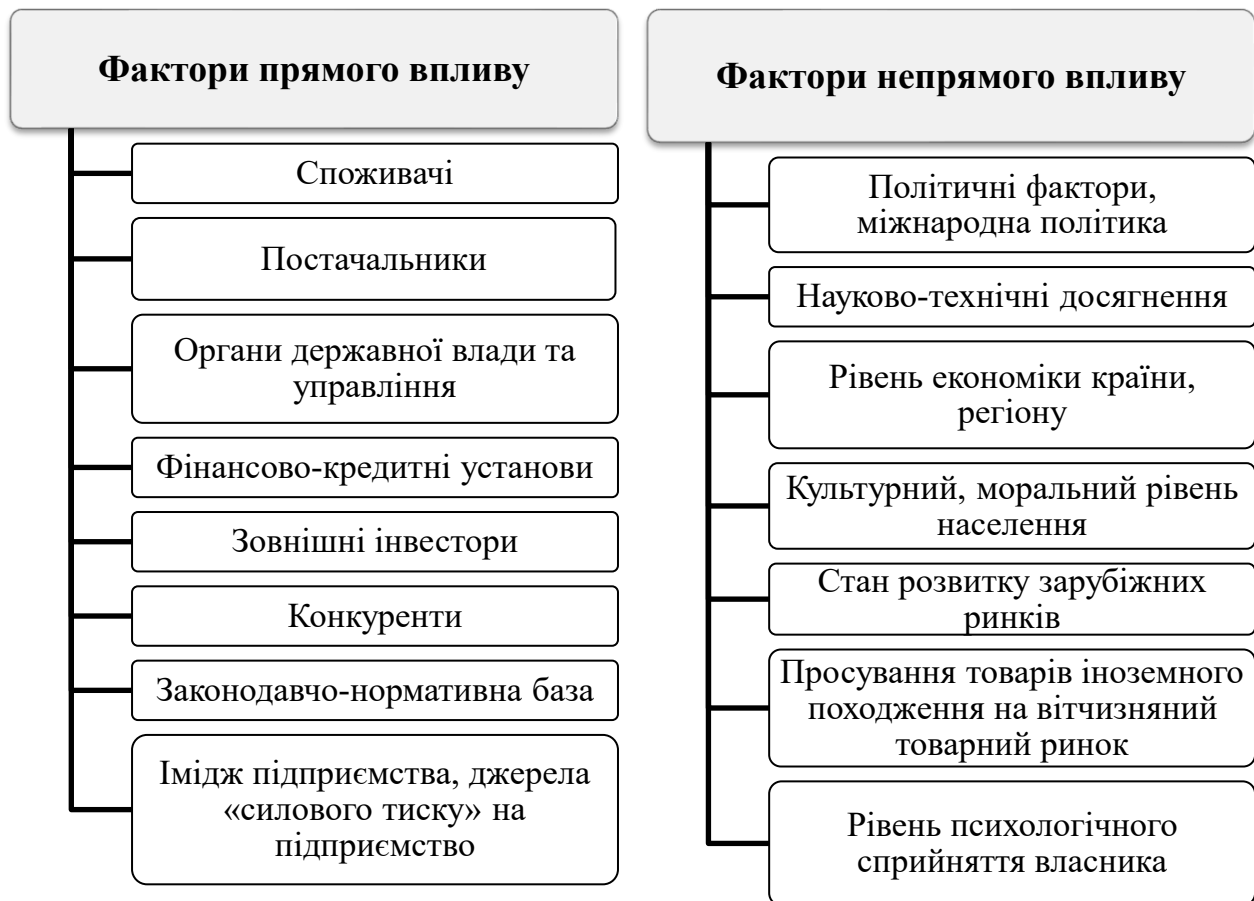


Рис. 2.9 – Фактори підприємницького середовища за ступенем впливу

Класифікація факторів підприємницького середовища за характером дії представлена у таблиці 2.1.

Усі ці елементи зовнішнього середовища підприємництва можуть залежно від обставин позитивно або негативно впливати на його діяльність.

Підприємницьке середовище може бути сприятливим (стимулюючим), або несприятливим (стримуючим).

Сприятливе для підприємництва середовище створює всі передумови для нормального, цивілізованого функціонування бізнесу. Підприємницький успіх значною мірою визначається внутрішніми факторами (умілим менеджментом та маркетингом, вдалою схемою організації бізнесу та таке ін.). Крім того, держава як на центральному, так і на регіональному рівнях надає підтримку підприємницькій діяльності в сфері законодавства, через фінансово-кредитну, податкову системи, за допомогою пільг та стимулів, створення сприятливих умов для придбання нерухомості, оренди майна та таке інше.

**Таблиця 2.1 – Фактори підприємницького середовища
за характером дії**

Сфера макро-середовища		Фактори макросередовища
Фінансово-економічна	економічні	• Загальна макроекономічна стабільність країни • Стан економіки країни • Рівень інфляції • Надійність національної грошової одиниці • Рівень стабільності економічної кон'юнктури • Механізм роздержавлення і приватизації власності, демонополізація виробництва
	фінансові	• Система фінансування, кредитування • Система оподаткування, податкові пільги • Види державної фінансової підтримки • Фінансова підтримка малого і середнього бізнесу • Фінансова допомога спонсорів
	ресурсні	• Способи залучення стартового капіталу • Система доступу до матеріальних ресурсів • Способи отримання виробничих площ, приміщень для офісу підприємства • Система доступу до природних ресурсів, земельних ділянок
Організаційно-правова	правові	• Правова база здійснення підприємницької діяльності • Система нормативних документів, що стосується малого і середнього підприємництва, її стабільність
	організаційні	• Процедура створення підприємницької структури • Наявність обмежень здійснення окремих видів підприємницької діяльності • Інформаційна і науково-методична підтримка підприємництва • Умови зовнішньоекономічної діяльності підприємств
Соціально-психологічна	соціальні	• Відношення держави до підприємництва • Громадська думка до підприємницької діяльності • Стан ринкової інфраструктури, її можливості забезпечувати функціонування бізнесу • Рівень конкуренції • Наявність корупції
	психологічно-професійні	• Психологічна готовність займатися підприємницькою діяльністю • Мотивація і престижність підприємницької діяльності • Наявність професійних знань і досвіду займатися бізнесом • Можливість отримати професійну підготовку

Рівень сприятливості або несприятливості підприємницького середовища залежить від низки факторів, які представлені у таблиці 2.2.

Таблиця 2.2– Фактори, які впливають на рівень сприятливості/несприятливості підприємницького середовища

Рівень сприятливості підприємницького середовища	Рівень несприятливості підприємницького середовища
1) стабільність державної і соціальної політики, спрямованої на розвиток підприємництва; 2) зростання товарного виробництва; 3) рівень розвитку ринково-конкурентного режиму; 4) демонополізація господарської діяльності; 5) наявність певної сукупності прав і свобод, вибору виду господарської діяльності; 6) наявність розвиненої інфраструктури бізнесу; 7) пільговий податковий режим; 8) доступність отримання кредитів підприємцем; 9) умови, які зацікавлюють залучення фінансових ресурсів в бізнес, інвестиції іноземних контрагентів; 10) рівень державної підтримки суб'єктів підприємницької діяльності; 11) підвищення якості підготовки кадрів; 12) можливість отримання необхідної інформації (про товарні ринки, технології, потенційних партнерів); 13) наявність ефективної системи захисту інтелектуальної власності	1) високі податкові ставки; 2) монополізм; 3) падіння товарного виробництва; 4) зростання цін; 5) інфляція; 6) низький розмір стартового капіталу; 7) обмеженість матеріальних ресурсів; 8) високі відсотки при отриманні кредиту; 9) надмірне державне регулювання і контроль; 10) низький рівень платоспроможності населення; 11) високий рівень підприємницького ризику; 12) відсутність надійного нормативно-правового забезпечення розвитку малого і середнього підприємництва; 13) не вдосконалення системи державної реєстрації, обліку і статистичної звітності суб'єктів підприємницької діяльності; 14) обмеження інноваційного і консультативного забезпечення; 15) низький рівень державного фінансування наукових досліджень і розробок; 16) недостатній рівень етики бізнесу.

Рівень сприятливості підприємницького середовища залежить від таких факторів:

- 1) наявності в підприємця прав власності на засоби виробництва, його продукт і прибутки;
- 2) наявності визначеної сукупності прав і свобод, вибору виду господарської діяльності;
- 2) наявності сприятливого психологічного клімату;
- 3) рівня розвитку ринково-конкурентного режиму;
- 4) надійності захисту прав підприємця;
- 5) рівня державної підтримки підприємництва.

Несприятливе (стримуюче) підприємницьке середовище складається за відсутності вищезгаданих умов. Частково сприятливе середовище виникає у разі нестійкості економіки і стану суспільства.

2.3. Елементи внутрішнього середовища підприємництва

Внутрішнє підприємницьке середовище (мікросередовище) – це механізм життєздатності суб'єкта господарювання (фізичної особи-підприємця або юридичної особи), що забезпечує його самовиживання. Воно відображає процеси та дії, що здійснюються у середині суб'єкта господарювання, основу його функціонування.

Головне місце у внутрішньому середовищі підприємства посідає підприємець, який започаткував власну справу та керує своїм бізнесом. Підприємець самостійно і директивно формує внутрішнє середовище підприємства, здійснює моніторинг за його станом.

Підприємець самостійно приймає рішення щодо визначення стратегічної мети бізнесу і постановки конкретних завдань для нормального його функціонування; вибору організаційно-правової форми бізнесу; розробки бізнес-плану; формування обсягів необхідних ресурсів; організації технології виробництва; наймання персоналу; планування результативних показників підприємницької діяльності тощо.

Внутрішнє середовище складається з багатьох елементів, які знаходяться під постійним наглядом і впливом підприємця (рис. 2.10).



Рис. 2.10 – Елементи внутрішнього середовища підприємства

Основними елементами внутрішнього середовища є: підприємець; місія підприємства; цілі підприємства; працівники; технології; ресурси; структура управління; результат діяльності підприємства тощо.

Місія підприємства – це головна його зовнішня мета, основне призначення, яке визначає характер діяльності, умови господарювання, споживачів продукції та спосіб задоволення їх потреб. Цілі – конкретний кінцевий стан чи бажаний результат, якого прагне досягти підприємство. Ці два компоненти (місія підприємства та цілі) є взаємозалежними, оскільки цілі визначають основний склад місії; досягаючи їх, підприємство поступово, поетапно наближається до своєї головної мети – місії.

Структура – це наступний елемент внутрішнього середовища підприємства, що визначає склад і співвідношення його внутрішніх ланок (цехів, ділянок, відділів та інших підрозділів), які формують єдиний господарський об'єкт.

Підприємство, яке займається підприємницькою діяльністю, може мати виробничий і фінансовий відділи, маркетингову службу, бухгалтерію, службу матеріально-технічного забезпечення та ін. Конкретна організаційна структура залежить від специфіки виду діяльності, обсягів господарської діяльності, широти асортименту товарів.

Традиційно прийнято розрізняти загальну, виробничу й організаційну структури підприємства. Під загальною структурою підприємства розуміється вся наявна структура підприємства: комплекс виробничих, обслуговуючих та допоміжних підрозділів, а також апарат управління підприємством. На відміну від загальної, виробнича структура є формою організації виробничого процесу та визначається розміром підприємства, кількістю в ньому виробничих ділянок, складів та цехів, служб та робочих місць, їх плануванням, організацією та контролем. Щодо організаційної структури, то вона виступає як сукупність пов'язаних, взаємозалежних управлінських ланок (посад, комунікаційних зв'язків тощо). Слід зазначити, що головним призначенням будь-якої структури підприємства є забезпечення його правильного формування та ефективного функціонування у зовнішніх ринкових умовах.

Наступним елементом внутрішнього середовища є *завдання*. Під завданнями розуміють призначену роботу, декілька робіт чи її частину, яка повинна бути виконана раніше обумовленим способом, у визначений термін. Завдання розробляються на основі прийняття підприємцем відповідних рішень щодо розробки нової продукції, визначення структури виробництва, знаходження оптимальних розмірів витрат, забезпечення високої якості продукції, що випускається.

Не менш важливою складовою виступає *технологія* – це поєднання кваліфікаційних навичок робітників, обладнання, інструментів, виробничої інфраструктури та відповідних технічних знань, необхідних для раціонального перетворення всіх наявних ресурсів підприємства в продукцію. Зміни технології вимагають змін внутрішнього середовища підприємства: використання нової технології забезпечує вищу конкурентоспроможність продукції (за якістю і за витратами). Тому підприємство повинно вчасно змінювати існуючу технологію, щоб не ослабити свої конкурентні позиції. Впровадження нової технології потребує нових знань від працівників, що зумовлює необхідність їх навчання чи перепідготовки. Деякі працівники

можуть опиратися таким змінам, тому підприємство може зіткнутися з дефіцитом кадрів; нова технологія може значно змінити склад і способи вирішення управлінських завдань. Проте, якщо правильно її застосовувати, підприємство може досягнути якісно нового рівня розвитку.

Підприємство, перш за все, є групою людей, яка об'єднує всі зусилля та злагоджено працює для досягнення мети. Тому людський фактор – найважливіший фактор організації. Його роль визначається здібностями та обдарованістю працівників, їх потребами та поведінкою, знаннями та ставленням до праці, позицією, розумінням цінностей, оточенням, наявністю якостей лідера тощо.

2.4. Зовнішнє середовище підприємництва та його елементи

Підприємництво функціонує у певному зовнішньому середовищі і під впливом його факторів. Для забезпечення безперервної діяльності підприємець отримує з зовні фінансові, матеріальні ресурси, співробітників, послуги, інформацію і повинен реалізовувати іншим суб'єктам власну продукцію.

Зовнішнє середовище підприємництва – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх відносно підприємства умов і чинників, що діють у глобальному оточенні.

Зовнішнє підприємницьке середовище є складною системою зовнішнього регулювання підприємницької діяльності. Для підприємців вона носить об'єктивний характер, оскільки вони не можуть безпосередньо змінити її (наприклад, закони, природні чинники та ін.), але повинні враховувати при веденні власної справи.

Системний підхід відносно дослідження підприємницького середовища передбачає розгляд підприємства не як закритої, а як відкритої системи, яка орієнтована на ринок, яка розвивається з урахуванням змін тих або інших факторів зовнішнього середовища. Якщо підприємство не орієнтуватиметься на зовнішнє середовище з позиції системного підходу, то загубиться почуття перспективи, підвищиться ступінь підприємницького ризику, зникне орієнтир на потреби, виникнуть труднощі зі збутом товарів.

Для успішної підприємницької діяльності необхідно уміти аналізувати зовнішнє середовище та прогнозувати його зміни. З метою аналізу виділяють певні елементи зовнішнього підприємницького середовища (рис. 2.11).

Економічні обставини – ступінь державного регулювання (структурна політика, підтримка підприємництва); рівень доходів споживачів (розмір заробітної плати, пенсії та ін.), що впливає на платоспроможний попит та його структуру; наявність та доступність позичкових коштів; наявність вільних робочих місць, рівень безробіття; рівень і темпи інфляції; коливання курсу

національної валюти; стадія економічного циклу (темпи спаду чи зростання виробництва); ступінь ризику.

Економічні обставини

- ступінь державної підтримки підприємницької діяльності;
- рівень податкової політики держави;
- рівень доходів населення;
- доступність позикових коштів для підприємницької діяльності;
- рівень та темп інфляції;
- коливання курсу національної валюти;
- темп спаду чи зростання виробництва (стадія економічного циклу);
- ступень ризику для здійснення підприємницької діяльності

Політична ситуація

- ступінь політичної стабільності у суспільстві;
- вплив різних політичних партій

Правове (юридичне) середовище

- наявність законів, що створюють сприятливі умови для розвитку підприємництва;
- права, обов'язки, відповідальність підприємців

Соціально-культурне середовище

- рівень безробіття;
- рівень освіченості населення, культурні традиції;
- відношення до підприємництва у суспільстві.

Демографічне середовище

- склад населення;
- рівень забезпеченості трудовими ресурсами
- рівень народжуваності, кількість сімей

Науково-технічне середовище

- рівень розвитку науки і техніки в підприємницькій діяльності;
- рівень науково-технічного прогресу.

Географічне середовище

- географічні умови здійснення підприємницької діяльності (місцерозташування, кліматичні умови)
- доступність сировини, енергоресурсів
- наявність автомагістралей, залізниць, морських і повітряних шляхів сполучення

Інституціональне середовище

- наявність і різноманітністю інститутів, за допомогою яких підприємець може вести господарську діяльність, встановлювати ділові взаємовідносини.

Екологічне середовище

- наявність екобезпеки навколишнього середовища та даного виду підприємницької діяльності

Міжнародне середовище

- зовнішня політика України та інших держав

Рис. 2.11 – Елементи зовнішнього середовища підприємства

Політична ситуація – політична стабільність у суспільстві, ступінь впливу різних політичних партій. У нестабільному політичному середовищі неможливо забезпечити надійний захист підприємців від втрат доходів і майна, гарантії збереження власності, виключення можливості експропріації.

Зовнішні політичні умови складають державний устрій та державну політику, у тому числі зовнішню і внутрішню. Внутрішня політика включає соціальну, науково-технічну, промислову, кадрову, економічну складові, а також податкову, цінову, кредитну, митну та ін. Від того, як влаштована політична система, залежить її вплив на ділову активність підприємництва: вона може сприяти їх розвитку або створювати труднощі для нього. Широка інформованість підприємництва про політичну систему, її функціонування дозволяє користуватися сприятливими можливостями для розвитку своєї справи, зміцнення своїх позицій, розширення сфери діяльності, уникнути або знизити втрати.

Разом з тим і самі підприємства можуть активно впливати на політичну сферу в своїх інтересах, в тому числі на розробку і прийняття законів та інші зміни ситуації в цій сфері.

Правове (юридичне) середовище – це закони, що впливають на підприємництво, створюють сприятливі умови для розвитку підприємництва.

До зовнішніх правових складових відносяться ступінь правової урегульованості суспільних відносин, склад діючих законів та підзаконних актів, гарантії забезпечення безпеки підприємств і громадян, чіткість формулювань правових норм та ін. Зовнішні правові складові впливають на успішну діяльність підприємницьких підприємств. Від своєчасності прийняття та змісту законів і правових норм залежать правомірність укладення та виконання тих чи інших договорів або контрактів, законність і успішність ділових операцій, можливість вирішення спорів і інших конфліктних ситуацій, пов'язаних з діяльністю підприємств, що здійснюється в рамках існуючих законів і положень.

Соціально-культурне середовище – це менталітет, світогляд, психологія населення країни та регіону, а саме: смаки, мода, моральні і релігійні норми, загальноосвітній рівень населення, які впливають на попит на товари, на відношення до роботи, її престижність, на відношення до підприємництва у суспільстві (формування привабливого іміджу).

Демографічне середовище – це склад населення, частка трудових ресурсів (для вивчення попиту на продукцію та забезпеченості трудовими ресурсами).

Науково-технічне (технологічне) середовище відображає рівень науково-технічного розвитку даної галузі (рівень технології, устаткування, технічний рівень і якість продукції).

Значний вплив на діяльність підприємств справляють зовнішні наукові і технічні фактори: наявний в країні науково-технічний потенціал, зміст і напрями фундаментальних (теоретичних) і прикладних досліджень, наявність і рівень функціонування об'єктів науково-технічної інфраструктури, що включає технопарки і технополіси, різні інкубатори прогресивних технологій,

підприємства, що займаються венчурної діяльністю, лізингом лабораторних приладів та обладнання, дослідних фондів і програм та ін.

Наявність наукових і технічних факторів сприяє підприємствам у випуску нової та модернізації застарілої продукції, освоєнні нових і удосконалення застосовуваних технологічних процесів, впровадження інновацій.

Фізичне або географічне середовище характеризує природні умови підприємницької діяльності: місцезнаходження підприємства, кліматичні умови, сезонні умови, наявність автомобільних доріг та магістралей, залізниць, морських та повітряних шляхів сполучення, доступність сировини, енергоресурсів. Певний вплив на діяльність суб'єктів господарської діяльності має рівень природно-кліматичних чинників: рельєф місцевості, площа території, середньорічна температура, панівна роза вітрів, вологість або сухість повітря, переважаючі види флори і фауни, наявність родовищ мінерального сировини та інших корисних копалин, стан екології та ін.

На діяльність підприємства в тій чи іншій мірі будуть впливати зміни клімату, обмеженість природних ресурсів, посилення сонячної активності, інші природні катаклізми, забруднення навколишнього середовища та ін. Наприклад, зменшення запасів природних ресурсів викликає необхідність розробки та застосування ресурсозберігаючих технологій, замінників традиційних сировини і матеріалів, окремих видів енергії, вторинного їх використання. Погіршення екологічної обстановки потребує будівництва очисних споруд, утилізації відходів, зняття з виробництва окремих видів продукції та ін.

Інституціональне середовище (інфраструктура підприємництва) – це наявність інститутів, за допомогою яких підприємець може вести господарську діяльність. До цих інститутів належать банки, постачальники, підприємства оптової та роздрібною торгівлі (біржі, бази, магазини), юридичні, аудиторські, лізингові, консалтингові підприємства, навчальні заклади, маркетингові та рекламні агентства, служби працевлаштування, транспортні агентства, страхові компанії, підприємства, що надають комунальні послуги (тепло-, водо-, енергопостачання, вивезення сміття), послуги зв'язку та передачі інформації.

Цивілізований ринок має складну й різноманітну інфраструктуру, покликану створювати найкращі умови для працездатності ринкового механізму. Вона призначена для створення відповідних умов, які забезпечують, з одного боку, функціонування бізнесу, а з іншого – життєдіяльність суспільства.

Під ринковою інфраструктурою розуміється комплекс елементів, видів діяльності та відповідних їм інститутів, які сприяють безперебійному руху ресурсів та фондів, а також створюють організаційно-економічні умови для функціонування ринкового механізму в цілому й підприємництва, зокрема. Виявляючи себе як могутній каталізатор ринкових відносин, ринкова інфраструктура активно формує сприятливе економічне середовище, таким чином сприяючи становленню й розвитку підприємництва.

Розвинута ринкова інфраструктура допомагає підприємцю вирішувати такі важливі питання: де і як він буде здобувати матеріальні ресурси й техніку;

чи може він розраховувати на кредити, де і на яких умовах він їх може одержати; кому він буде продавати свою продукцію; як налагодити рекламу й ефективно просувати свою продукцію на ринку; як застрахувати життєздатність підприємства в умовах конкуренції та багато чого іншого.

Діяльності підприємницьких структур сприяють комунікаційні зовнішні умови – рівень розвитку транспортної мережі, наявність залізниць, автомобільних магістралей, повітряних, морських і річкових шляхів сполучення, ступінь розвиненості мереж зв'язку, інформаційного обміну та телекомунікацій. Важливе значення має також рівень демократичної гласності в суспільстві, доступність архівів, відомчих (галузевих) баз даних, бібліотек та інших джерел.

Екологічне середовище – це екобезпека навколишнього середовища та даного виду підприємницької діяльності. Екологічні фактори останнім часом займають все більш вагоме місце. Жорсткі вимоги висуваються до екологічності продуктів та промислових виробів. Глобалізується проблема поховання відходів та застосування безвідходних технологій.

Міжнародне середовище: зовнішня політика України та інших держав, економічне, науково-технічне співробітництво, підготовка кадрів, рівень митних зборів, а також елементи зовнішнього середовища інших країн (інфляція, податки, заробітна плата та ін.). Це має особливе значення для підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Зовнішнє середовище є складним, мінливим і, як правило, багато в чому невизначеним. Його елементи взаємопов'язані і впливають один на одного. При аналізі зовнішнього середовища визначаються пріоритети, тобто найбільш значущі елементи, які у першу чергу необхідно враховувати. У результаті аналізу виявляються потенційні можливості підприємства, зовнішні проблеми та загрози.

Характеристиками зовнішнього середовища є:

1) **взаємозв'язок факторів зовнішнього середовища** – це рівень сили, з якою зміна одного фактора діє на інші фактори (наприклад, ріст цін на енергоносії обумовлює стрибок цін на всі види продукції, а особливо ті, де велика частка енергозатрат при їх виробництві. Це може призвести до ослаблення конкурентних позицій бізнесу, який виготовляє цю продукцію, що досить актуально для України, яка є енергозалежною. У свою чергу, таке становище примушує виробників шукати енергозберігаючі технології);

2) **складність зовнішнього середовища** – це число факторів, на які організація зобов'язана реагувати, а також рівень варіативності кожного фактора. Складнішою є робота тієї організації, на яку впливає більша кількість факторів;

3) **мінливість середовища** – це швидкість, з якою відбуваються зміни у оточенні організації.

4) **невизначеність зовнішнього середовища** – це відносна кількість інформації про зовнішнє середовище і ймовірність її достовірності.

Підприємства, прагнучі зменшити рівень невизначеності зовнішнього середовища, можуть застосовувати дві стратегії – пристосуватись до змін або

впливати на середовище з метою зробити його більш сприятливим для свого функціонування.

Перша стратегія реалізується через створення гнучких організаційних структур із високим рівнем децентралізації влади. Керівники таких організацій повинні вміло використовувати сучасний інструментарій для прогнозування майбутніх змін, володіти ринковою інтуїцією, так званим «баченням». Друга стратегія, як правило, доступна лише великим підприємствам або таким, які об'єднуються з метою збільшення своїх можливостей. Для впливу на зовнішнє середовище вони можуть використовувати потужну рекламу та засоби PR, політичну діяльність задля лобіювання своїх інтересів, входження у торговельні асоціації із собі подібними тощо. Вразливість малого бізнесу багато в чому пояснюється саме тим, що серед початкуючих підприємців мало хто досконало володіє мистецтвом передбачувати зміни у зовнішньому середовищі, а змінювати його на свою користь їм не під силу.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Підприємницьке середовище – це сформована в країні сприятлива соціально-економічна, політична, цивільно-правова ситуація, що забезпечує економічну свободу дієздатним громадянам для заняття підприємницькою діяльністю, спрямованою на задоволення потреб всіх суб'єктів ринкової економіки.

Підприємницький клімат – це відносини держави та суспільства до бізнесу. Підприємницький клімат є більш активною й динамічною категорією й означає сукупність конкретних параметрів складових підприємницького середовища, які регулюють, регламентують, зумовлюють підприємницьку діяльність і з якими підприємець, як господарюючий суб'єкт, вступає у взаємодію, розвивається сам і спонукає їх до саморозвитку.

Мікросередовище (внутрішнє підприємницьке середовище) – це механізм життєздатності суб'єкта господарювання (фізичної особи-підприємця або юридичної особи), що забезпечує його самовиживання. Воно відображає процеси та дії, що здійснюються у середині суб'єкта господарювання, основу його функціонування.

Фактори мікросередовища – це чинники, що створюються і контролюються підприємством. Вони формують довгострокову прибутковість бізнесу і перебувають під безпосереднім контролем керівників та персоналу підприємства.

Зовнішнє середовище підприємництва – це сукупність господарських суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних та

міждержавних інституційних структур та інших зовнішніх відносно підприємства умов і чинників, що діють у глобальному оточенні.

Зовнішні фактори підприємницького середовища – це фактори, які формують довгострокову прибутковість бізнесу і на які підприємство не може впливати взагалі або має незначний вплив.

Мезосередовище – це середовище безпосереднього оточення суб'єкта господарювання. Його можна визначити у вигляді суб'єктів національної економіки, що впливають на діяльність суб'єкта підприємницької діяльності, здійснюючи свої взаємини зі споживачами і державою.

Фактори мезорівня – фактори, що безпосередньо впливають на можливість підприємства обслуговувати своїх споживачів.

Фактори макросередовища – сукупність умов і факторів, які впливають на розвиток підприємництва в країні та діють незалежно від волі підприємців.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Що Ви розумієте під підприємницьким середовищем?
2. Чи є поняття підприємницьке середовище тотожним поняттю підприємницький клімат?
3. Які сфери формують підприємницьке середовище?
4. Які розрізняють різновиди (складові) підприємницького середовища?
5. Як класифікують фактори підприємницького середовища?
6. У чому полягає основна відмінність між внутрішніми і зовнішніми факторами підприємницького середовища?
7. Які фактори підприємницького середовища є внутрішніми?
8. Які фактори підприємницького середовища є зовнішніми?
9. Що являють собою суб'єкти мезосередовища та яким чином вони впливають на підприємницьку діяльність?
10. Які вам відомі контакти аудиторії та яке місце вони посідають у підприємницькому середовищі?
11. Які Ви можете назвати фактори макросередовища, що впливають на умови здійснення підприємницької діяльності?
12. Як інфляція впливає на розвиток підприємництва?
13. Як кредитна система впливає на розвиток підприємництва?
14. Як податкова політика держави впливає на розвиток підприємництва?
15. Які фактори підприємницького середовища відносять до факторів мегарівня?
16. За яких обставин підприємець має аналізувати фактори мегарівня?
17. Як поділяють фактори підприємницького середовища за ступенем впливу? Наведіть приклади.

18. Які Вам відомі фактори підприємницького середовища за характером дії?
19. Які фактори визначають рівень сприятливості підприємницького середовища?
20. Які фактори свідчать про несприятливість підприємницького середовища?
21. З яких елементів складається внутрішнє середовище підприємства?
22. Яке місце посідає підприємець у внутрішньому підприємницькому середовищі?
23. Які розрізняють елементи зовнішнього підприємницького середовища?
24. Які умови характеризують фізичне або географічне середовище?
25. Які елементи характеризують інституціональне середовище підприємництва?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

*Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей.*

1.* Підприємницьке середовище – це суспільно-економічна ситуація, яка характеризується (доповніть):

- а) рівнем економічної свободи;
- б) наявністю підприємницького корпусу;
- в) _____;
- г) _____.

2. Підприємницьке середовище – це:

- а) соціальна ситуація;
- б) економічна ситуація;
- в) політична ситуація;
- г) соціальна, економічна, політична, правова ситуація.

3. Твердження, що «підприємницьке середовище – це комплекс умов та сил зовнішнього характеру, які впливають на можливості і кінцеві результати діяльності суб'єктів ринкових відносин»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

4. Поняття «підприємницьке середовище» та «підприємницький клімат» тотожні:

- а) так;
- б) ні.

5. Підприємницьке середовище включає сфери (допишіть):

- а) законодавчі параметри;
- б) соціально-культурні цінності;
- в) _____;
- г) _____.

6.* Циклічні чинники, які змінюють підприємницьке середовище поділяються на:

- а) еволюційні чинники;
- б) середні циклічні чинники;
- в) хвильові чинники;
- г) політичні чинники.

7.* Нециклічні чинники, які змінюють підприємницьке середовище поділяються на:

- а) економічні чинники;
- б) постійно діючі чинники;
- в) не постійно діючі чинники;
- г) середні нециклічні чинники.

8. Твердження, що «внутрішнє середовище підприємства – це механізм життєздатності підприємства, що забезпечує його самовиживання»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

9. Ствердження: «Зовнішнє середовище підприємства – це структурно-просторове оточення, яке становить сукупність факторів прямого та непрямого впливу на функціонування підприємства»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

10. У складі зовнішніх факторів підприємницького середовища розрізняють фактори (допишіть):

- а) мезорівня;
- б) _____;
- в) _____.

11.* За сферою оточення фактори підприємницького середовища розподіляються на:

- а) фактори мікросередовища;
- б) фінансово-економічні фактори;
- в) зовнішні фактори;
- г) організаційно-правові фактори.

12.* За ступенем впливу фактори підприємницького середовища розподіляються на:

- а) фактори прямого впливу

- б) фактори непрямого впливу
- в) середні фактори впливу
- г) фінансово-економічні фактори

13. Фактори, які впливають на рівень сприятливості підприємницького середовища:*

- а) низький рівень платоспроможності населення;
- б) демонополізація господарської діяльності;
- в) наявність розвиненої інфраструктури бізнесу;
- г) високий рівень підприємницького ризику.

14. Ступінь сприятливості середовища для розвитку підприємницької діяльності визначається:*

- а) наявністю у підприємця прав власності на засоби виробництва, його продукт та доходи;
- б) наявністю жорстких обмежень підприємницької діяльності з боку держави;
- в) низьким розміром стартового капіталу;
- г) обмеженістю матеріальних ресурсів;
- д) стабільністю державної і соціальної політики, спрямованої на розвиток підприємництва;
- е) низьким рівнем платоспроможності населення.

*15 * Фактори, які впливають на рівень несприятливості підприємницького середовища:*

- а) інфляція;
- б) недостатній рівень етики бізнесу;
- в) пільговий податковий режим;
- г) підвищення якості підготовки кадрів.

*16. * Несприятливе для бізнесу середовище характеризується:*

- а) надмірним державним регулюванням і контролем;
- б) низьким рівнем платоспроможності населення;
- в) розвиненістю ринкової інфраструктури;
- г) наявністю ефективної системи захисту інтелектуальної власності.
- д) наявністю у підприємця прав власності на засоби виробництва, його продукт та доходи.

17. Головне місце у внутрішньому середовищі підприємства належить:

- а) споживачу;
- б) підприємцю;
- в) конкуренту;
- г) постачальнику.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

У науковій літературі не сформовано єдиного визначення поняття «підприємницьке середовище».

1. Проаналізуйте погляди учених-економістів на визначення сутності поняття «підприємницьке середовище».

2. Яке визначення, на ваш погляд, найбільш чітко характеризує підприємницьке середовище?

Завдання 2.

Мезосередовище – це середовище безпосереднього оточення суб'єкта господарювання, яке включає суб'єктів національної економіки: споживачів; постачальників; посередників; контактні групи.

1. Обґрунтуйте мезосередовище за кожним елементом для підприємства з виробництва сільськогосподарської техніки.

2. Обґрунтуйте мезосередовище за кожним елементом для підприємства, що спеціалізується з продажу комп'ютерної техніки.

3. Обґрунтуйте мезосередовище за кожним елементом для фізичної особи-підприємства, що спеціалізується на пошитті одягу за індивідуальних заказом.

Завдання 3.

На діяльність підприємства впливають фактори внутрішнього середовища: виробничо-технічні; соціальні; економічні; інформаційні; маркетингові; ділові відносини і поведінки співробітників та ін.

Питання до обговорення.

1. Які фактори, на вашу думку, є найбільше впливовішими на діяльність підприємства?

2. Які складові елементи входять до кожного фактору. Надайте характеристику кожному фактору.

3. Виберіть виробниче підприємство на ваш розсуд, і розкрийте кожний компонент внутрішнього середовища.

Завдання 4.

Які фактори, на ваш погляд, впливають на:

1) рівень сприятливості підприємницького середовища;

2) рівень несприятливого підприємницького середовища;

3) рівень частково сприятливого підприємницького середовища.

Завдання 5.

В Україні середовище функціонування підприємництва не в повній мірі відповідає вимогам ринкової економіки. У зв'язку з цим сформулюйте і

обґрунтуйте чотири групи проблем що стримують формування підприємницького середовища:

- 1) політико-правові;
- 2) економічні;
- 3) організаційно-структурні;
- 4) соціально-психологічні.

Завдання 6.

На підставі показників, що характеризують розвиток підприємництва в регіонах України за останній рік:

- 1) кількість суб'єктів господарювання (одиниць);
 - 2) кількість підприємств у розрахунку на 10 тис. осіб наявного населення (одиниць);
 - 3) кількість зайнятих працівників у суб'єктів господарювання (тис. осіб);
 - 4) кількість найманих працівників (тис. осіб);
 - 5) фонд оплати праці (млн. грн);
 - 6) обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) (млн. грн),
- які регіони України і за якими показниками займають перші три місця.

Зробить висновок.

Завдання 7.

Обґрунтуйте першочергові заходи, які, на вашу думку, повинні бути спрямовані на активізацію підприємницького середовища на мезорівні в Одеському регіоні.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Поняття підприємницького середовища та його складові елементи.
2. Формування сприятливого середовища для розвитку підприємницької діяльності.
3. Фактори мікросередовища бізнесу.
4. Основні елементи зовнішнього середовища бізнесу.
5. Вплив інфляції на розвиток підприємництва.
6. Правове забезпечення розвитку бізнесу.
7. Місце підприємця у внутрішньому середовищі підприємства.
8. Фінансово-економічні фактори макроекономічного середовища підприємництва.
9. Організаційно-правові фактори макроекономічного середовища підприємництва.
10. Соціально-психологічні фактори макроекономічного середовища підприємництва.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Гаєвська Л.М., Марченко О.І., Паєнтко Т.В. Підприємництво та його оподаткування: навч. посіб. 2-е вид. перероб. та доп. К.: «Центр учбової літератури», 2013. 165 с.
2. Доброва Н. В., Осипова М. М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
3. Проданова Л. В., Котляревський О. В. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України: монографія. Черкаси.: Видавець Пономаренко Р.В., 2019. 240 с.
4. Сментина Н.В., Доброва Н.В. Чинники активізації підприємницького середовища на мезорівні. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. 2019. №12. С. 35-41.

- 3.1. Державне регулювання бізнесу: поняття, мета та необхідність.
- 3.2. Державна підтримка розвитку бізнесу.
- 3.3. Інфраструктура підтримки підприємництва в Україні.
- 3.4. Політика підтримки підприємницької діяльності в країнах світу.

📖 Основні поняття та терміни: державне регулювання бізнесу, необхідність державного регулювання бізнесу, моделі державного регулювання бізнесу, можливості державного регулювання бізнесу, принципи державного регулювання бізнесу, мета державного регулювання бізнесу, інструменти (регулятори), дерегулювання підприємницької діяльності, державна підтримка бізнесу, мета та напрями державної підтримки підприємництва, державна політика у сфері розвитку малого та середнього підприємництва, принципи державної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва, основні напрями державної політики у сфері розвитку малого та середнього підприємництва, види державної підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва, інфраструктура підтримки підприємництва, бізнес-центр, бізнес-інкубатор, фонд підтримки підприємництва, консультаційний центр.

3.1. Державне регулювання бізнесу: поняття, мета та необхідність

У сучасних умовах державному регулюванню підлягають усі сторони господарського життя, у тому числі і бізнес.

Державне регулювання бізнесу є об'єктивною потребою функціонування економіки будь-якого типу. Економіка не може успішно розвиватись, якщо держава не забезпечує належних для цього умов і не турбується про систему захисту прав суб'єктів ринку.

У більш загальному розумінні державне регулювання бізнесу варто сприймати як встановлення державою правил поведінки суб'єктів суспільних відносин з подальшою зміною цих правил залежно від встановлених пріоритетів розвитку держави у кожний історичний період її розвитку.

Державне регулювання бізнесу є складовою частиною державного регулювання економічної діяльності. Відтак, як форма участі держави в управлінні ринковою економікою являє собою **цілеспрямований вплив держави на діяльність підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу і ринку з метою забезпечення нормальних умов їх функціонування.**

Потреба державного регулювання бізнесу зумовлена цілями економічної політики держави і передусім:

- поступовим переходом до ринкової економіки;
- підпорядкуванням суспільного виробництва потребам та інтересам людей, створенням умов для вільної творчої праці;
- підвищенням престижу підприємництва й сумлінної праці;
- забезпеченням високої ефективності виробництва і діяльності підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу;
- створенням умов стабільного економічного зростання та ін.

Регулювання бізнесу пов'язане, перш за все, з потребою у створенні умов для ефективного функціонування ринкового механізму, усунення негативних наслідків ринкових процесів, вирішення проблем, які ринковий механізм не в змозі вирішити або вирішує недостатньо ефективно.

Бізнес, як і ринкова економіка, не має природженого імунітету проти монополізму, інфляції та спадів ділової активності. Якщо держава залишається байдужою, ці процеси починають прогресувати, завдаючи чималих економічних та соціальних збитків. Без держави бізнес ніколи не зможе зробити виробництво економічно безпечним, гарантувати здійснення соціально-економічних прав людини, вирівняти структурні та регіональні диспропорції та ін. Очевидно, що бізнес, як і сучасне ринкове господарство, немислимий без антимонопольного регулювання, заходів щодо боротьби з інфляцією і політики короткострокової стабілізації, що блокує тривалі спади виробництва.

Однак, рівень державного регулювання бізнесу в умовах функціонування ринкової економіки не є однаковим для різних країн світу. Поєднання елементів державного регулювання з елементами ринкового регулювання визначають модель регулювання.

Основними моделями державного регулювання економічної діяльності, зокрема бізнесу є такі ліберальна, неоліберальна та модель ринкового господарства Японії (рис. 3.1).

Ліберальна	• максимізація свободи економічної діяльності
Неоліберальна	• соціальна спрямованість дії ринку
Ринкового господарства Японії	• політика вирівнювання доходів, ефективне використання національного менталітету

Рис. 3.1 – Моделі державного регулювання бізнесу

Ліберальна (американська) модель виходить з ідеї максимізації свободи економічної діяльності. Вона передбачає участь держави в регулюванні за «залишковим принципом»: втручання в аспекти, які не в змозі регулювати ринок; держава створює максимально сприятливі умови для функціонування приватного капіталу, зокрема малого підприємництва. У чистому вигляді дана модель реалізується в США.

Неоліберальна (німецька) модель орієнтує державне регулювання на усунення перешкод для конкуренції, для чого підтримуються умови

відтворення, зокрема стимулювання малого підприємництва, політики зайнятості тощо. Гасло цієї моделі: «Ринок – для всіх», тому значна увага приділяється соціальній спрямованості дії ринку, існує розгалужена система соціальних виплат. Дана модель здійснюється у ФРН.

Модель *ринкового господарства Японії* має специфічні риси, до яких відносять: політику вирівнювання доходів, особливу політику робочої сили, ефективне використання національного менталітету. Основним суб'єктом тут виступають корпорації та об'єднання їх у фінансово-промислові групи.

Можливості державного регулювання бізнесу визначаються економічними функціями держави, основними з яких є такі:

- розробка і затвердження правових основ економіки. Держава розробляє і приймає закони, що визначають права власності, регулюють підприємницьку діяльність. За допомогою правової основи держава забезпечує законні правила, що регулюють відносини між суб'єктами підприємницької діяльності;

- стратегія і тактика економічного розвитку, визначення цілей та пріоритетів здійснення структурної перебудови економіки;

- регулювання економічної діяльності, спрямованої на вирівнювання сукупного попиту і пропозиції;

- захист конкуренції як основного регулюючого механізму ринкової економіки. Конкуренція – це основа прогресу у всіх сферах економіки, вона змушує виробників впроваджувати все нове і передове, поліпшувати якість продукції і знижувати витрати виробництва;

- розробка антимонопольного законодавства та здійснення контролю за його реалізацією;

- перерозподіл доходів, спрямованих на усунення невідповідності їх розмірів, що властиво ринковій системі (програми допомоги, регулювання цін тощо);

- фінансування суспільних благ та послуг (благоустрій населених пунктів, будівництво доріг, музеїв, бібліотек тощо);

- регулювання зовнішньоекономічних відносин та ін.

Державне регулювання бізнесу має базуватися на певних принципах, які забезпечують взаємоузгодженість економічних інтересів підприємств, суспільства і держави. *Основними принципами державного регулювання бізнесу* є такі:

- забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;

- однакові умови для усіх господарюючих суб'єктів (вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України, вільний доступ до ресурсів, кредитів, інформації тощо);

- свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

- обмеження державним регулюванням економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;

- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у підприємницьку діяльність;
- захист національного товаровиробника;
- заохочення підприємництва на основі критеріїв економічної ефективності та соціально-економічної значущості;
- селективна державна підтримка секторів, галузей і виробництв, які забезпечують розвиток прогресивних процесів та структурних зрушень у національній економіці;
- стимулювання науково-технічної та інноваційної діяльності;
- заохочення розвитку експортного потенціалу країни.

Державне регулювання бізнесу переслідує за мету забезпечення ефективності та конкурентоздатності національної економіки. Другорядними цілями, які підпорядковані генеральній, є такі:

- створення правової бази;
- стабілізація економіки, її структурна перебудова, створення умов для економічного зростання;
- забезпечення соціального захисту та соціальних гарантій;
- потреба поповнення державного бюджету, справедливого розподілу доходів;
- забезпечення ефективності вітчизняного виробництва і діяльності суб'єктів бізнесу;
- раціональне використання різних видів ресурсів;
- забезпечення належного правопорядку та національної безпеки держави;
- захист національних інтересів у системі міжнародних господарських зв'язків;
- захист навколишнього середовища від негативних екологічних наслідків (ефектів) діяльності деяких підприємницьких структур, гарантування населенню екологічної безпеки.

Державне регулювання бізнесу здійснюється відповідними загальнодержавними, регіональними та місцевими органами за допомогою адміністративних та економічних регуляторів (рис. 3.2).

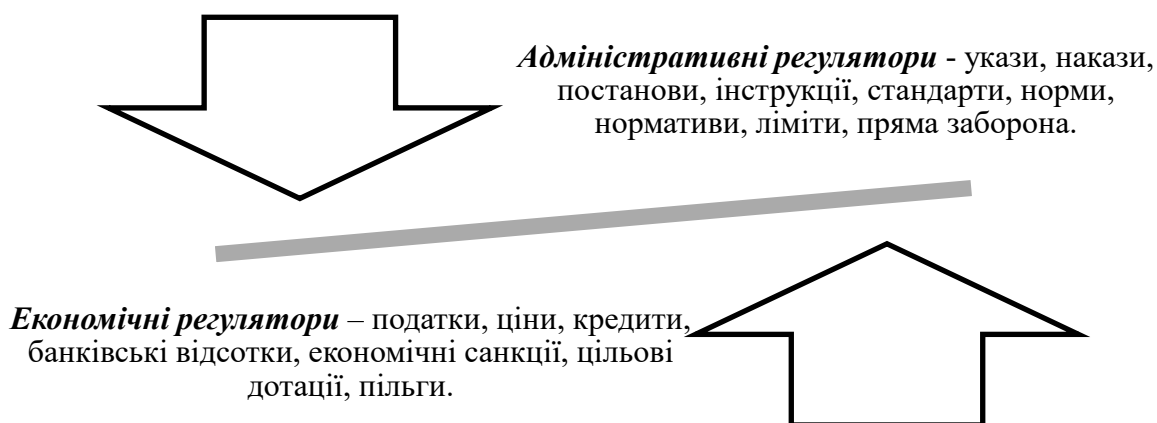


Рис. 3.2 – Інструменти державного регулювання бізнесу

Регулюючи бізнес держава створює умови, що забезпечують нормальне функціонування підприємництва. Вона визначає та впроваджує правила ринку (бізнесу) шляхом видання мотивованих законодавчих та нормативних актів, що сприяють розвитку ринкової конкуренції та дотриманню етико-правових норм бізнесу; держава контролює виконання цих правил; захищає права власності та свободи господарської діяльності.

Держава розробляє та приймає засоби заохочення розвитку бізнесу (субсидування, пільгове оподаткування, прискорена амортизація) та адміністративні засоби покарання (штрафи, судові позови) за недотримання правил бізнесу. Такими засобами держава реалізує регулювання економічної діяльності суб'єктів господарювання, заохочуючи одні види діяльності шляхом субсидування та утримуючи інші через оподаткування. Крім того, держава здійснює: забезпечення кредитування, гарантування позик, страхування; виробництво і продаж товарів і послуг підприємствами, що знаходяться у державній власності (частково або повністю).

Держава законодавчо забезпечує свободу конкуренції між підприємцями, захищає споживачів від виявів недобросовісної конкуренції та монополізму в будь-яких сферах підприємницької діяльності.

Одним із напрямів державної регуляторної політики господарської діяльності є *дерегулювання* – формування оптимального співвідношення між ринковими механізмами і державним регулюванням господарської діяльності при обмеженні втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання з метою нівелювання адміністративних економічних, правових та інших перешкод на шляху розвитку ринкової економіки.

Під дерегулюванням підприємницької діяльності розуміють скасування чи скорочення державного регулювання в певній галузі суспільних відносин. Як правило дерегулювання означає зменшення контролю держави над веденням бізнесу, наприклад, для стимулювання вільної конкуренції на ринку.

Основними напрямками дерегулювання є:

- спрощення порядку реєстрації та ліквідації суб'єктів господарювання;
- скорочення переліку видів підприємницької діяльності, що потребують ліцензування, патентування та отримання інших дозволів на здійснення підприємницької діяльності;
- спрощення системи оподаткування та упорядкування самого процесу збору податків;
- обмеження кількості перевірок та контролюючих заходів за діяльністю підприємницьких структур;
- усунення протиріч між загальнодержавними та місцевими регулювальними актами;
- вироблення рекомендацій щодо зміни нормативної бази в сфері регулювання процесу підприємництва.

Процес дерегулювання покликаний усунути перешкоди як на загальнодержавному, так і на місцевому рівні та сприяти становленню розвитку та ефективному функціонуванню підприємницьких структур.

3.2. Державна підтримка розвитку бізнесу

У механізмі державного регулювання бізнесу особливе місце займає його державна підтримка.

Під **державною підтримкою бізнесу** необхідно розуміти, з одного боку, державне регулювання цього сектору економіки, що передбачає насамперед свідоме формування державними структурами правових, економічних та організаційних умов становлення і розвитку підприємництва, а з іншого – створення стимулів використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно.

Основними цілями державної політики підтримки підприємництва є:

- забезпечення зростання внутрішнього валового продукту за рахунок діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;
- залучення суб'єктів підприємництва до розв'язання соціально-економічних проблем на державному і регіональному рівнях;
- удосконалення структури суб'єктів підприємництва;
- підвищення технологічного рівня виробництва підприємницьких структур;
- заохочення розвитку суб'єктів підприємницької діяльності у пріоритетних галузях і на територіях пріоритетного розвитку;
- створення нових робочих місць, зменшення безробіття;
- сприяння максимальній самореалізації громадян у підприємницькій діяльності;
- формування соціального прошарку власників і підприємців.

Державна підтримка підприємництва здійснюється за такими основними напрямками:

- держава надає підприємцям земельні ділянки і майно (виробничі та нежилі приміщення, об'єкти незавершеного будівництва, не використовуване устаткування), які необхідні для здійснення підприємницької діяльності;
- держава здійснює початкове облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої і соціальної інфраструктури з подальшим продажем або передачею підприємцям на умовах оренди, лізингу, кредиту;
- держава сприяє організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування підприємництва, підготовці й перепідготовці необхідних кадрів, здатних ефективно господарювати в ринкових умовах;
- держава стимулює з допомогою економічних важелів (цільових кредитів, податкових пільг) різноспрямовану інноваційну діяльність, освоєння нових видів продукції та послуг;
- держава бере на себе функції щодо створення ринкової інфраструктури, тобто тих інституційних структур які можуть надати підприємцям супровідні послуги, необхідні для успішного бізнесу (біржі, банки, страхові компанії, склади, оптові базари, ярмарки, аукціони, лізингові компанії, консалтингові фірми, бізнес-інкубатори, технопарки).

Державна підтримка бізнесу передбачає формування програм, в яких визначається механізм цієї підтримки. Програми державної підтримки розробляються та впроваджуються спеціально уповноваженим органом у сфері розвитку підприємництва із залученням інших центральних органів виконавчої влади та громадських організацій, що представляють інтереси бізнесу. Державні програми підтримки затверджуються Кабінетом Міністрів України в установленому законом порядку.

Наразі в Україні реалізується велика кількість програм підтримки бізнесу. Зокрема, 17 банківських програм, 19 бюджетних програм та 13 донорських.

Уряд запровадив систему підтримки бізнесу, яка дозволить максимально зняти фінансове навантаження на підприємців у період карантинних обмежень. У їх числі: кредитні канікули, підтримка малого та середнього бізнесу, підтримка агробізнесу, інформаційна підтримка бізнесу.

Особливо державної підтримки потребує малий та середній бізнес через те, що саме ці види бізнесу виступають структуроутворюючим фактором економіки. Великі підприємства що є стрижнем будь-якої галузі, завжди втілюють результати структурних змін, і в цьому розумінні уособлюють стабільний, «консервативний» початок економіки.

Державна підтримка малого і середнього підприємництва – комплекс заходів з боку держави, спрямованих на компенсацію суб'єктам малого і середнього підприємництва перешкод, які їм, порівняно з іншими суб'єктами господарювання, доводиться долати на шляху доступу до ресурсів, необхідних для започаткування діяльності та її розвитку в умовах ринкових відносин.

У світі сформувалися дві основні форми державної підтримки малого бізнесу (рис. 3.3).



Рис 3.3 – Форми державної підтримки малого бізнесу

Перша форма державної підтримки малого бізнесу полягає в широкому державному регулюванні діяльності суб'єктів малого бізнесу в поєднанні з державним протекціонізмом. Вона властива початкового етапу розвитку малого бізнесу.

Друга форма державної підтримки малого бізнесу включає помірне державне регулювання малого бізнесу і створення ринкових умов для конкуренції і характерна для більш зрілих ринкових відносин.

Основна мета державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні полягає у зміцненні позицій малого і

середнього підприємництва у загальній структурі національної економіки, підвищення його ролі у забезпеченні зайнятості і самозайнятості населення, насиченні внутрішнього ринку високоякісними товарами і послугами, зростанні добробуту громадян України.

На досягнення зазначеної мети спрямовані **основні завдання державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні:**

- створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
- забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- сприяння провадженню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності;
- забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян.

Принципи державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні:

- 1) ефективність підтримки малого і середнього підприємництва;
- 2) доступність отримання державної підтримки суб'єктами малого і середнього підприємництва;
- 3) забезпечення участі представників суб'єктів малого і середнього підприємництва, громадських організацій, що представляють інтереси суб'єктів малого і середнього підприємництва, у формуванні та реалізації державної політики в зазначеній сфері;
- 4) створення рівних можливостей для доступу суб'єктів малого і середнього підприємництва, що відповідають вимогам, передбаченим загальнодержавними, регіональними та місцевими програмами розвитку малого і середнього підприємництва, до участі у виконанні таких програм та для отримання державної підтримки;
- 5) ефективність використання бюджетних коштів, передбачених для виконання зазначених програм;
- 6) відкритість і прозорість проведення процедур надання державної підтримки;
- 7) доступність об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва для всіх суб'єктів малого і середнього підприємництва.

Основні напрями державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні:

- 1) удосконалення та спрощення порядку ведення обліку в цілях оподаткування;

2) запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві;

3) залучення суб'єктів малого підприємництва до виконання науково-технічних і соціально-економічних програм, здійснення постачання продукції (робіт, послуг) для державних та регіональних потреб;

4) забезпечення фінансової державної підтримки малих і середніх підприємств шляхом запровадження державних програм кредитування, надання гарантій для отримання кредитів, часткової компенсації відсоткових ставок за кредитами тощо;

5) сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва;

6) гарантування прав суб'єктів малого і середнього підприємництва під час здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

7) сприяння спрощенню дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру для суб'єктів малого і середнього підприємництва та скороченню строку проведення таких процедур;

8) організація підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва;

9) впровадження механізмів сприяння та стимулювання до використання у виробництві суб'єктами малого і середнього підприємництва новітніх технологій, а також технологій, які забезпечують підвищення якості товарів (робіт, послуг).

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва включає фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, у тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу (рис. 3.4).

Фінансова державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва передбачає:

1) часткову компенсацію відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва;

2) часткову компенсацію лізингових, факторингових платежів та платежів за користування гарантіями;

3) надання гарантії та поруки за кредитами суб'єктів малого і середнього підприємництва;

4) надання кредитів, у тому числі мікрокредитів, для започаткування і ведення власної справи;

5) надання позик на придбання і впровадження нових технологій;

6) компенсацію видатків на розвиток кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами;

7) фінансову підтримку впровадження енергозберігаючих та екологічно чистих технологій;

8) інші види не забороненої законодавством фінансової державної підтримки.

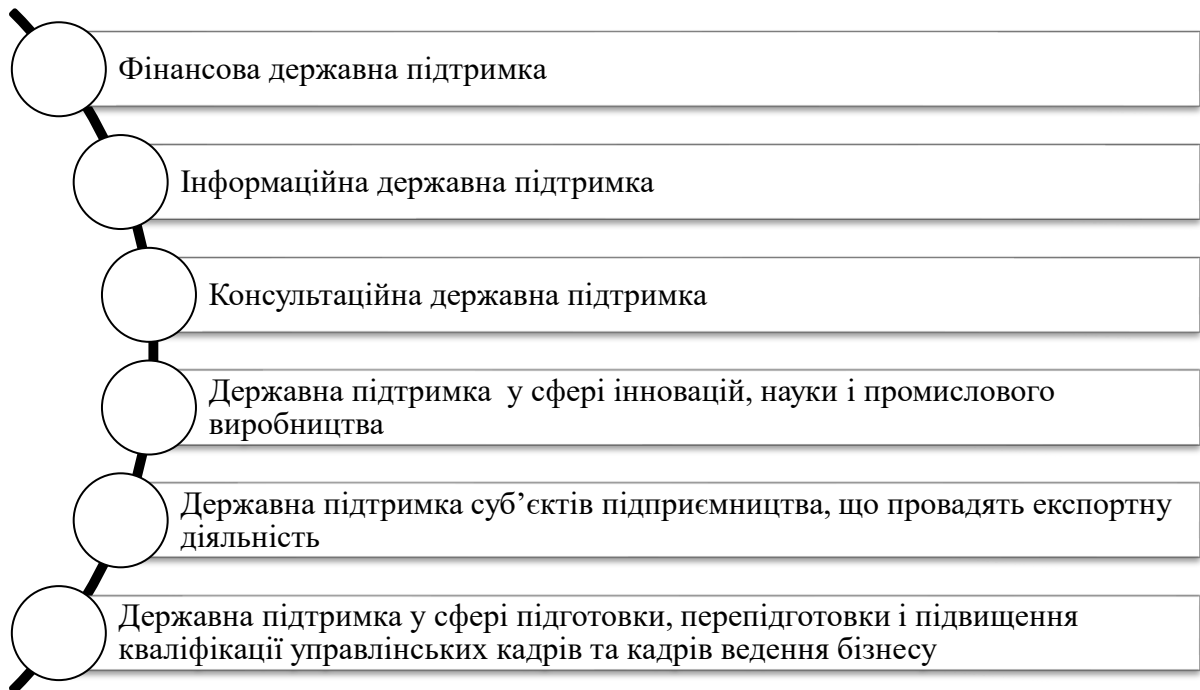


Рис. 3.4 – Види державної підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва

Інформаційна державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва може здійснюватися шляхом:

1) створення та забезпечення функціонування державних, регіональних і місцевих інформаційних систем, інформаційно-телекомунікаційних мереж, сприяння започаткуванню підприємницької діяльності за допомогою Інтернету;

2) надання інформації: про стан виконання державних, регіональних і місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва та рівень ефективності державної підтримки; про стан розвитку малого і середнього підприємництва; про об'єкти інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва; іншої інформації (економічної, правової, статистичної, виробничо-технологічної, з питань маркетингу), необхідної для забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва.

Консультаційна державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва може здійснюватися шляхом:

1) сприяння утворенню об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, які надають консультаційні послуги суб'єктам малого і середнього підприємництва, та забезпечення їх діяльності;

2) спрощення доступу до інформації в режимі реального часу.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері інновацій, науки і промислового виробництва може здійснюватися шляхом:

1) надання фінансової підтримки для утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва у сфері інновацій, науки та промислового виробництва, у тому числі бізнес-інкубаторів, інноваційних бізнес-інкубаторів, науково-технологічних центрів, центрів трансферу технологій;

2) сприяння розвитку венчурного підприємництва;

3) створення системи економічних стимулів для розвитку економіки на основі технологічних інновацій;

4) передачі наукової продукції, створеної за рахунок бюджетних коштів, для її впровадження у виробництво;

5) створення умов для залучення суб'єктів малого і середнього підприємництва до укладення договорів субпідряду у сфері інновацій та промислового виробництва;

6) стимулювання залучення іноземних інвестицій і розвитку взаємовигідної міжнародної інноваційної співпраці;

7) створення умов для поширення кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять експортну діяльність, може здійснюватися шляхом:

1) сприяння просуванню на ринки іноземних держав продукції вітчизняного виробництва (товарів, робіт і послуг), об'єктів інтелектуальної власності та створення сприятливих умов для українських учасників експортної діяльності;

2) співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку малого і середнього підприємництва;

3) утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що сприяють експортній діяльності, зокрема шляхом надання фінансової підтримки (кредитування, гарантування, страхування експортних операцій, часткова компенсація частки відсоткових ставок за кредитами для провадження експортної діяльності, часткове покриття витрат суб'єктів малого і середнього підприємництва, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, вивченням кон'юнктури зовнішнього ринку, пошуком партнерів, просуванням товарів на нові ринки, участю у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном, відрядженням спеціалістів для вивчення ринків іноземних держав, підготовкою, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва з питань експортної діяльності);

4) сприяння участі суб'єктів малого і середнього підприємництва у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва, у тому числі шляхом надання фінансової підтримки, надання в оренду виставкових площ, часткового покриття витрат суб'єктів малого і середнього підприємництва, пов'язаних з участю у виставково-ярмарковій діяльності за кордоном;

5) сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного малого і середнього підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу може здійснюватися шляхом:

- 1) створення та розвитку мережі бізнес-інкубаторів;
- 2) розроблення та виконання освітніх програм, спрямованих на підготовку, перепідготовку і підвищення рівня кваліфікації кадрів для суб'єктів малого і середнього підприємництва на основі державних освітніх стандартів;
- 3) створення умов для підвищення рівня професійних знань і ділових якостей фахівців з числа соціально незахищених верств населення;
- 4) надання навчально-методологічної, науково-методичної допомоги суб'єктам малого і середнього підприємництва;
- 5) сприяння участі у програмах обміну міжнародним досвідом з метою запровадження передових технологій та підвищення рівня кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва.

Основними програмами підтримки малого і середнього підприємництва на державному рівні, що нині реалізуються в Україні є такі: бюджетна дотація для розвитку сільськогосподарських товаровиробників та стимулювання виробництва сільськогосподарської продукції; часткова компенсація вартості сільськогосподарської техніки та обладнання; державна підтримка фермерських господарств; започаткування власного бізнесу за сприяння державної служби зайнятості; податкові та митні пільги; отримання «зеленого тарифу»; державна допомога суб'єктам господарювання.

3.3. Інфраструктура підтримки підприємництва в Україні

Невід'ємним компонентом ринкових відносин є інфраструктура підтримки підприємництва. Вона створює сприятливі умови для розвитку підприємництва.

Інфраструктура підтримки підприємництва – це сукупність державних, приватних та громадських інститутів (організацій, установ і об'єднань), які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності й забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності.

У більш широкому розумінні інфраструктура підтримки підприємництва – сукупність організаційних структур, заснованих на різних формах власності, яка сприяє створенню та функціонуванню підприємницького сектору в умовах перехідної економіки і формує конкретне організаційно-економічне середовище для стимулювання підприємницької діяльності та прискорення адаптації

суб'єктів малого підприємництва до ринкових умов шляхом забезпечення матеріально-технічної, технологічної, інформаційної, консультативної, маркетингової, кадрової, фінансово-кредитної підтримки.

Інфраструктура підтримки підприємництва спрямована на забезпечення таких напрямів: фінансово-кредитного обслуговування, інформаційно-аналітичного забезпечення, державних і недержавних громадських організацій, організаційно-технічного співробітництва (рис. 3.5).

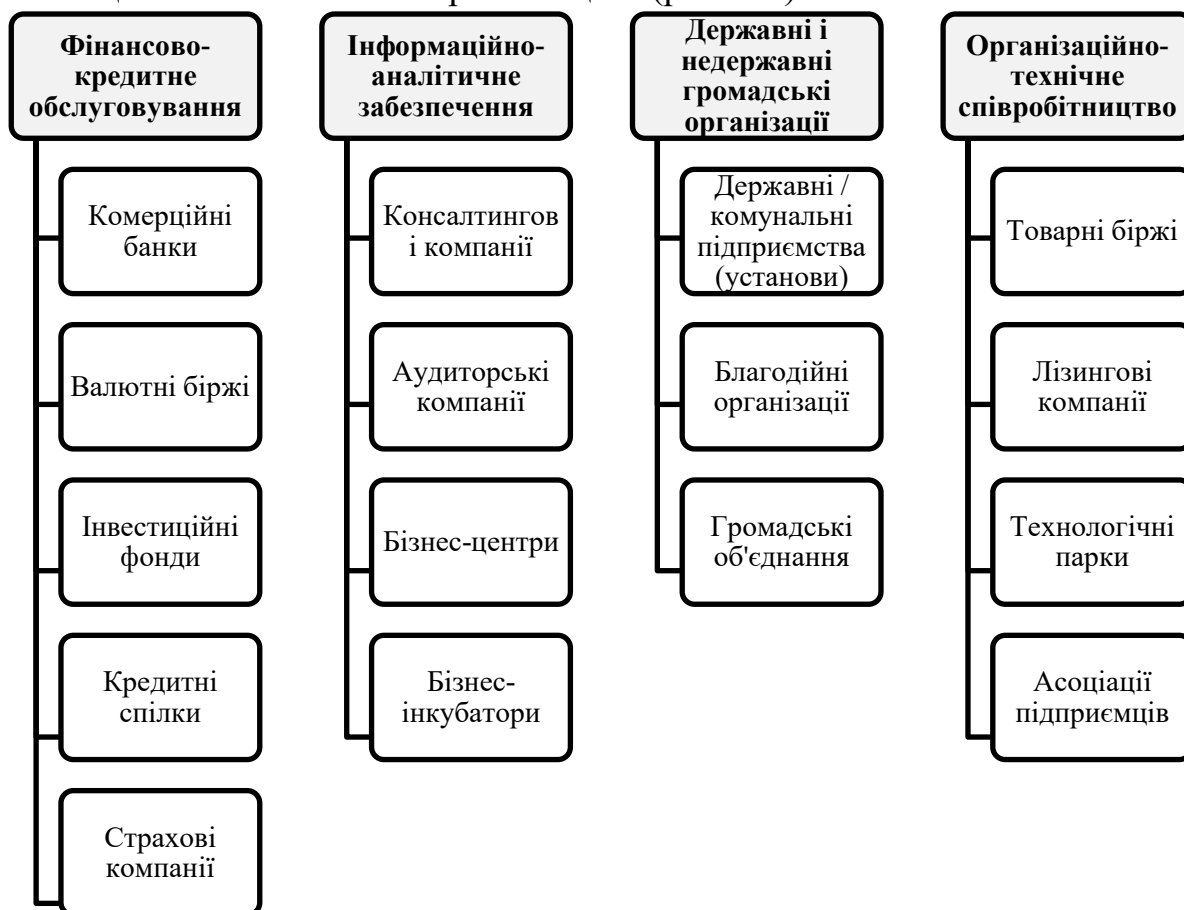


Рис. 3.5 – Інфраструктура підтримки бізнесу

У різних країнах, з огляду на історичні особливості, відмінності економічних систем і рівень саморегулювання окремих галузей та секторів економіки, діють різноманітні за організаційно-правовою та функціональною моделлю інституції підтримки підприємництва. До них зазвичай зараховують: бізнес-центри (центри послуг для бізнесу), бізнес-інкубатори, фонди розвитку (підтримки) підприємництва, об'єднання підприємців, інформаційно-аналітичні центри, дорадчі утворення при органах публічної влади, торгово-промислові палати тощо. Незважаючи на таку різноманітність, основна мета діяльності таких інституцій полягає в інформаційній, правовій, організаційній, технічній та фінансовій підтримці підприємництва.

Формування інфраструктури підтримки бізнесу в Україні здійснюється відповідно до Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні».

Закон визначає **інфраструктуру підтримки підприємництва** як сукупність підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності,

які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів підприємництва, їх інвестиційної та інноваційної активності, просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки.

До об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва належать бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інноваційні бізнес-інкубатори, науково-технологічні центри, центри трансферу технологій, фонди підтримки малого підприємництва, лізингові компанії, консультативні центри, інші підприємства, установи та організації, основним завданням яких є сприяння розвитку малого і середнього підприємництва (рис. 3.6).

Бізнес-центр

- організація, що спеціалізується на підтримці малого та середнього бізнесу на початкових етапах його становлення;
- організація, яка надає інформаційні, консалтингові, маркетингові та інші послуги суб'єктам малого та середнього підприємництва, особам, що мають намір провадити підприємницьку діяльність

Бізнес-інкубатор

- організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності

Інноваційний бізнес-інкубатор

- спеціалізований бізнес-інкубатор, в якому створенні умови для розроблення і застосування суб'єктами малого та середнього підприємництва інноваційних технологій

Науково-технологічний центр

Центр трансферу технологій

- організація, діяльність якої спрямована на впровадження результатів науково-технічної діяльності у реальний сектор економіки та орієнтована на отримання прибутку від використання результатів наукових досліджень, які виконуються в державних наукових організаціях та приватних компаніях

Фонди підтримки підприємництва

- неприбуткові організації, основними функціями яких є сприяння реалізації державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва шляхом залучення та ефективного використання фінансових ресурсів, фінансування цільових програм та проектів

Лізингова компанія

- спеціалізована установа, яка здійснює посередницьку діяльність щодо надання в оренду майна на умовах лізингу

Консультаційний (інформаційно-аналітичний) центр

- організація, що спеціалізується на наданні безкоштовної інформаційно-консультативної підтримки суб'єктам малого та середнього бізнесу та особам, які мають на меті започаткувати власну справу, щодо правил та умов ведення господарської діяльності, можливостей виходу на нові ринки, участі у проектах та програмах міжнародно-технічної допомоги

Рис. 3.6 – Об'єкти інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва в Україні

Діяльність бізнес-центрів (центрів послуг для бізнесу) спрямована на надання суб'єктам підприємництва та особам, що мають намір провадити підприємницьку діяльність, інформаційної, навчальної, консалтингової, маркетингової та іншої допомоги, на задоволення їхніх потреб у процесі організації і провадження підприємницької діяльності.

Бізнес-інкубатори представляють досить унікальний підхід до економічного розвитку. Основна концепція бізнес-інкубаторів полягає в тому, щоб забезпечити стартапи необхідними послугами та підтримкою, поки вони не дозріють і будуть готові увійти в конкурентне бізнес-середовище.

Фонди підтримки підприємництва сприяють розвитку підприємництва шляхом залучення та ефективного використання фінансових ресурсів. Зазвичай фонди підтримки підприємництва створюють як спеціалізовані кредитно-гарантійні установи, метою функціонування яких є надання бізнесу доступу до фінансових ресурсів.

Інформаційно-аналітичні центри надають консультативні та освітні послуги суб'єктам підприємництва щодо започаткування і розвитку бізнесу, менеджменту, брендингу та виходу на нові ринки тощо. Інформаційно-аналітичні центри стимулюють підприємства впроваджувати сучасні підходи до ведення бізнесу, користуватися наявними елементами інфраструктури, сприяють координації підготовки і перепідготовки персоналу підприємств, притоку в бізнес більш кваліфікованих фахівців. Головне призначення цього типу інституцій підтримки підприємництва – це перетворення даних в інформацію, тобто у нові знання, які можна використати для підвищення ефективності та конкурентоздатності підприємств.

Державна підтримка об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва здійснюється в рамках державних, регіональних і місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва.

10 липня 2020 року Міністерство цифрової трансформації України за підтримки Програми «U-LEAD з Європою» презентувало інтерактивну мапу інфраструктури підтримки підприємництва на платформі Дія.Бізнес. Міністерство оцифрувало об'єкти інфраструктури підтримки підприємництва та бізнес-об'єднань в Україні, а також розробило інтерактивну мапу для потенційних та діючих підприємців із сіл, міст (в тому числі об'єднаних територіальних громад) і регіонів. На мапі кожен підприємець зможе знайти вичерпну інформацію про інкубатори та акселератори, центри підтримки підприємництва, фонди, бізнес-асоціації та інші об'єкти інфраструктури підтримки підприємництва у своїй громаді та регіоні.

3.4. Політика підтримки підприємницької діяльності у країнах світу

Практично у всіх розвинених країнах держава бере активну участь у формуванні та розвитку підприємницької діяльності.

Дослідження досвіду країн із розвинутою ринковою економікою засвідчило пріоритетність підтримки та розвитку малого підприємництва. Малі підприємства сьогодні стали невід'ємною частиною економік більшості промислово розвинених держав. У країнах ЄС на їхню частку в середньому припадає 63-67 % ВВП, у США – 40, в Японії – 61 %. На малих підприємствах зайнята значна кількість працездатного населення: 72 % у середньому по країнах ЄС, 78 – в Японії, 75,3 – у Південній Кореї, 73 – в Італії, 54 % – у Франції та США. Така роль малих підприємств в економіці розвинутих країн забезпечується систематичною комплексною підтримкою з боку держав, яку підкріплено регулярним та значним за обсягом бюджетним фінансуванням.

Сприяння та підтримка малого підприємництва є самостійною складовою державної економічної політики в багатьох країнах. Тому існують спеціальні державні (урядові) органи управління (координації) та підтримки малого бізнесу. Наприклад: у *Канаді* – Міністерство у справах малого бізнесу; в *Японії* – Національна адміністрація малого бізнесу; у *США* – Адміністрація малого бізнесу; в *Бельгії*, *Люксембурзі* – Міністерство середнього класу; у *ФРН*, *Франції*, *Італії* – підрозділи (департаменти, відділи) у справах малих і середніх підприємств у Міністерстві економіки, промисловості або торгівлі тощо.

Поряд із центральними органами місцеві органи влади надають всебічну підтримку малим підприємствам.

Центральні органи влади виконують, як правило, загальні стратегічні та координаційні функції:

- розробка загальної концепції та принципів відносин держави і малого підприємництва;
- формування певних засад діяльності, що сприяють адаптації малого підприємництва до умов жорсткої конкурентної боротьби;
- розробка цільових програм підтримки малого підприємництва, які спрямовані на певний сектор економіки або відповідний регіон.

Для здійснення державної політики діє спеціальне законодавство, яке врегульовує комплекс питань підтримки малого підприємництва. Реалізується також система державних програм фінансового, технологічного, зовнішньоекономічного, консультаційного, кадрового сприяння малим підприємствам.

Сполучені Штати Америки є країною з найвищим рівнем підприємницької активності у світі. Розквіт малого бізнесу у США забезпечується значною мірою належною підтримкою з боку держави. Конгресом США ще у 1953 р. на правах федерального відомства створено Адміністрацію у справах малого бізнесу. Вона здійснює всебічну допомогу

бізнесу з метою збереження та підтримки конкуренції, втілює понад 50 програм за 6 основними напрямками, залучає бізнес до виконання держзамовлень, здійснює державну підтримку шляхом надання гарантій за кредитами, інвестування та кредитування в пріоритетні проекти.

Надання бізнесу допомоги у пошуку інвестора проводиться через програму Адміністрації у справах малого бізнесу “Інвестиційна компанія малого бізнесу”. Бюро технологій, створене на базі Адміністрації, здійснює моніторинг та оновлення програм інноваційної підтримки бізнесу США.

Антимонопольне законодавство країни носить попереджувальний характер. При визначенні монополій головну роль відіграє не розмір підприємства, а його спроможність контролювати ринок і обмежувати конкуренцію. Велику допомогу в діяльності підприємництва надає Національний науковий фонд США, Міністерство оборони, енергетики, охорони здоров'я США, НАСА, інші федеральні відомства та розвинута правова система.

Особливістю державної підтримки малого підприємництва у сфері податкового стимулювання малого підприємництва в США є те, що всі суб'єкти підприємницької діяльності для розрахунку прибутку з метою оподаткування зобов'язані ввести бухгалтерський облік у повному обсязі. Однак для малих підприємств передбачені спеціальні положення, що спрощують процедуру обліку та звітності оподатковуваного прибутку за прогресивною шкалою: оподатковуваний прибуток до 50 тис. дол. – 15 %; від 50 до 75 тис. дол. – 25 %; від 75 тис. дол. до 10 млн дол. – 34 %; понад 10 млн дол. – 35 %.

Центри розвитку малого бізнесу в США утворюють національну мережу – асоціацію, яка є найбільш розгалуженою мережею з допомоги малому бізнесу в США та їх територіях. Центри розвитку малого бізнесу організують провідні університети, коледжі, державні агенції економічного розвитку та приватні партнери, з частковим фінансуванням Конгресом Сполучених Штатів через партнерство з Адміністрацією у справах малого бізнесу США. В США існує близько 1000 місцевих центрів, доступних для безоплатного бізнес-консультування та недорогих тренінгів для нових та існуючих підприємств.

Яскравим прикладом ефективного використання стимулюючої державної політики щодо малих та середніх підприємств є **Німеччина**, яка досягла значних успіхів у соціально-економічному розвитку за короткий період завдяки тому, що основним фактором реалізації реформ у післявоєнні часи була рушійна сила енергійного розвитку малого та середнього підприємництва. Головний принцип, який закладено в основу системи державної підтримки малого та середнього підприємництва у ФРН, – надання допомоги, що стимулює розвиток «самопомоги». Загальна мета державної підтримки – підвищення ефективності та конкурентоспроможності цього сектору економіки.

До малого бізнесу в Німеччині відносяться підприємства з кількістю працівників до 500 осіб і з оборотом до 50 млн. Євро. Таких підприємств налічується близько трьох мільйонів. Малі та середні підприємства в Німеччині, забезпечуючи 70% всіх робочих місць і 40% податкових зборів, є

основною рушійною силою німецької економіки. Вони беруть активну участь в торгівлі і виробництві, впроваджують інновації та здійснюють інвестиції. На відміну від інших розвинених країн у країні дуже розвинений експортно-орієнтований малий бізнес. Наприклад, малі підприємства з річним оборотом від 10 до 50 млн. євро активно представлені більш ніж на 20 світових ринках. Близько 1500 малих підприємств стали лідерами серед світових експортерів.

У Німеччині діє більше 1 000 державних і приватних програм підтримки розвитку малого та середнього бізнесу, які розраховані на допомогу, як початківцям, так і підприємцям, що продовжують свою діяльність.

Такими програмами підтримки можуть скористатися:

- мікропідприємства (чисельність працюючих – до 10 осіб; річний оборот – до 2 млн. Євро);
- мале підприємство (чисельність працюючих – до 50 осіб; річний оборот – до 10 млн. Євро);
- середнє підприємство (чисельність працюючих – до 250 чоловік; річний оборот – до 50 млн. Євро).

Напрямки підтримки підприємництва такі:

1. Підтримка бізнес-ініціативи.
2. Підтримка бізнесменів-іммігрантів.
3. Підтримка вдалого старту.
4. Торгово-промислова палата Ганновера.

У Німеччині існує велика кількість закладів, які дають консультації малим і середнім фірмам з різноманітних питань (від результатів маркетингових досліджень до допомоги у подоланні бюрократичних бар'єрів). Консультаційні центри фінансуються як урядом, так і спілками приватних підприємців.

Міністерство економіки Німеччини розробило програму «Євро-фітнес», завдання якої – допомогти малим і середнім підприємствам підготуватися до функціонування в умовах єдиного внутрішнього ринку ЄС. У межах цієї програми асигнуються кошти на проведення галузевих і структурних досліджень, розширення консультаційної та інформаційної допомоги підприємництву, активізацію участі малих та середніх компаній у різних європейських ярмарках та виставках.

Велику підтримку малим і середнім підприємствам уряд Німеччини надає за допомогою кредитів і субсидій. З бюджету федерації та земель надаються пільгові інвестиційні кредити, особливо при освоєнні високотехнологічних виробництв, кредити для створення власних підприємств. Державна підтримка малого бізнесу направлена, перш за все, на забезпечення його фінансової самостійності. У федеральній програмі субсидування малих і середніх підприємств існує спеціальна стаття щодо допомоги для підвищення частки власних коштів, яка склала приблизно 30 % усіх субсидій. Особам, що створюють нові підприємства, надаються кредити строком до 20 років. Уряд ФРН розробив концепцію стимулювання наукових досліджень на малих і середніх підприємствах. Велике значення надається інформаційним і консультаційним послугам у нових галузях технології, перебудові

професійного навчання, особливо підвищенню кваліфікації кадрів, зайнятих інноваціями.

Цікавим є досвід підтримки бізнесу з боку торгово-промислових палат. Сьогодні в Німеччині функціонує 83 таких інституцій. До сфери їхньої діяльності належать:

- участь у підготовці законів і постанов федерального уряду стосовно бізнесу;
- участь у розробці місцевих бюджетів будівництва, державного розвитку, удосконалення інфраструктури;
- організація взаємодопомоги підприємцям в заснуванні бізнесу;
- інформаційний обмін;
- створення консультативних служб із міжнародної економіки, міжнародних інформаційних банків, з питань патентів, з правових питань.

Усі торгово-промислові палати Німеччини об'єднані в асоціації. Вони представляють інтереси бізнесу на федеральному рівні в Бундестазі, ЄС, а також входять до об'єднання торгово-промислових палат ЄС.

У *Франції* політика підтримки малого і середнього бізнесу спрямована не стільки на пряме субсидування або фінансову забезпеченість підприємств, скільки на створення сприятливого середовища для сталого функціонування і успішного розвитку суб'єктів малого та середнього бізнесу, і забезпечення малим формам підприємництва доступу до кредитів і позик за допомогою створення гарантійних фондів.

Відмінною особливістю політики підтримки розвитку малого і середнього бізнесу є застосування механізму податкових пільг. За його допомогою держава сприяє прискоренню науково-технічного прогресу, розширенню експорту тощо. Так, існують пільги для новоутворених акціонерних товариств (протягом перших двох років не сплачується податок, на третій рік оподатковується 25 % їхнього прибутку, на четвертий – 50, на п'ятий – 75, починаючи із шостого року – 100 % прибутку), застосовується податковий кредит і для підприємств, які проводять фахову підготовку кадрів, тощо. Банки готові надавати кредити і субсидії на пільгових умовах для стимулювання зростання малого та середнього бізнесу на території країни.

Також не можна не відзначити зацікавленість приватних і муніципальних фондів в стимулюванні розвитку малих і середніх форм бізнесу. Даними фондам надаються різні податкові преференції від держави. Особливе ставлення держава проявляє до підприємств, що відкривається в так званих «економічно-депресивних зонах», шляхом надання знижок і скасування відрахувань до соціальних фондів.

У сучасній Франції сильно поширена практика надання безкоштовних консультацій різних фахівців в області юриспруденції, обліку та аудиту, менеджменту, маркетингу і т. д.

Для стимулювання зростання та розвитку малого та середнього бізнесу французький уряд поставив завдання – розвиток міжнародних торговельних відносин і зростання експортного потенціалу малого бізнесу. Держава

допомагає компаніям в пошуку і налагодження торговельних відносин з іноземними партнерами.

У **Швеції** відсутні спеціальні податкові режими для малих і середніх підприємств. Основний принцип податкового регулювання в Швеції – це принцип «нейтральності», відповідно до якого до всіх підприємств незалежно від їх юридичної форми, типу господарської діяльності, розміру, місця розташування, застосовується одна і та ж податкова база, ті ж ставки оподаткування і обов'язки: обов'язки по реєстрації, подання документів, звітності, платежів. Таким чином, податковий тягар буде однаковим і для самозайнятої підприємця, і для компанії, якщо вони займаються однаковим бізнесом.

Сприяння та підтримка бізнесу є самостійною складовою державної політики **Японії**. У цій країні існують спеціальні урядові органи управління, координації та підтримки малого підприємництва, зокрема: Національна адміністрація малого бізнесу, Міністерство зовнішньої торгівлі і промисловості, Народна корпорація з фінансування малого та середнього підприємництва, Державна корпорація з фінансування малого та середнього підприємництва, Центр регіональної інформації малого та середнього підприємництва, Центральний кооперативний банк, торгово-промислові палати, спеціальні структури гарантування позик малого та середнього підприємництва, префектури. В Японії створена потужна законодавча база.

Система економічних інструментів підтримки підприємництва в Японії включає: пільгові позики і кредити, податкові пільги, технічну і консультативну допомогу, інформаційно комп'ютерне обслуговування, підготовку кадрів. Фінансування підприємництва у державі здійснюють: Центральний кооперативний банк для торгівлі та промисловості, Державна корпорація з фінансування малого та середнього підприємництва, яка надає довгострокові пільгові кредити на розширення основного і обігового капіталу в пріоритетних галузях економіки; Народна корпорація, яка надає кредити малими сумами з подовженим строком погашення; спеціальні структури з гарантування позик для бізнесу і їхньому страхуванню. Безповоротна фінансова допомога надається тільки на науково-технічні програми, наприклад, розробку спільно з університетами і державними науково-дослідними інститутами нової техніки і технологій. Фінансова підтримка здійснюється і шляхом податкових пільг. Позики на пільгових умовах в Японії надаються для виконання таких проектів: розробка нової технології і нових видів продукції; сприяння технічної і виробничої кооперації підприємств малого бізнесу; відродження дрібних підприємств у контексті розвитку економіки депресивних регіонів. Такі позики в межах Міністерства зовнішньої торгівлі і промисловості здійснюють 3 спеціалізовані установи: Фінансова корпорація малого бізнесу, Національна фінансова корпорація та Банк Соко-Чукен.

2020 рік став для підприємців роком нових випробувань. COVID-19 б'є по економіці, змушує скорочувати робочі місця, підштовхує національні валюти до девальвації і затягує петлю на шиї малого та середнього бізнесу. Для усунення та пом'якшення наслідків пандемії та аби надати бізнесу шанс на

виживання у розвинених країнах запускають державні програми підтримки. Різновиди екстреної підтримки бізнесу, що пропонують уряди країн світу в умовах пандемії, представлені у таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Різновиди екстреної підтримки бізнесу в умовах пандемії

Країна	Різновид державної підтримки бізнесу
Німеччина	– Короткострокова надбавка для МСП. – Екстрена фінансова допомога бізнесу – Кредити KfW – Податкові пільги для МСП
Великобританія	– Компенсації заробітної плати – Кредити на переривання бізнесу – Допомога в оплаті допомоги на випадок хвороби. – Гранти для роздрібних торговців. – Гранти для малого бізнесу.
Франція	– Відстрочення податкових боргів – Призупинення оплати рахунків і податків – Фонд фінансової солідарності – Компенсації заробітної плати співробітників
Італія	– Податкові канікули для бізнесу – Оплачувана відпустка і компенсація витрат зайнятого населення.
Іспанія	– Податкові канікули для бізнесу. – Оплачувана відпустка і компенсація витрат зайнятого населення.
Нідерланди	– Позики для бізнесу. – Скорочення робочого часу для працівників. – Відстрочення податкових платежів. – Фінансова компенсація для самозайнятих і МСП.
Швеція	– Субсидії на короткострокові відпустки. – Фінансова допомога в оплаті лікарняних для підтримки підприємств.
Данія	– Компенсація збитків за івенти, що не відбулися. – Тимчасова компенсація заробітної плати співробітникам для підтримки бізнесу.
Швейцарія	– Експрес-кредитування малого і середнього бізнесу.
США	– Програма з економічних травм (EIDL). – Програма розвитку підприємництва. – Програма збереження заробітних виплат. – Пілотна програма Express Bridge Loan. – Пом'якшення умов заборгованості для виживання бізнесу.
Канада	– Субсидії на заробітні плати для підтримки бізнесу. – Екстрені допомоги на перервали роботу співробітників. – Безвідсоткові кредити для малого бізнесу. – Відстрочка термінів подання податкових декларацій. – Фінансування замовлень на покупку.
Японія	– Фінансова підтримка бізнесу. – Субсидії на продуктивність.

У цілому основні екстрені податкові пільги, які введені зарубіжними країнами, схожі і включають в себе такі тимчасові заходи, як:

- надання відстрочки по сплаті податків, зборів та подання податкової звітності;
- зниження ставок або звільнення від сплати податків і інших обов'язкових платежів;
- скасування або зниження санкцій за несвоєчасну сплату податків і подання податкової звітності;
- призупинення стягнення податкової заборгованості та проведення податкових перевірок;
- спрощення процедури повернення податку;
- впровадження електронних сервісів для обслуговування платників податків.

У поточній економічній ситуації використання компаніями запропонованих державою заходів підтримки бізнесу стає актуальним, як ніколи.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Державне регулювання бізнесу – цілеспрямований вплив держави на діяльність підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу і ринку з метою забезпечення нормальних умов їх функціонування.

Необхідність державного регулювання бізнесу – це сукупність умов, які визначають потребу цілеспрямованого впливу держави на суб'єктів ринку.

Модель державного регулювання бізнесу – це система поєднання елементів державного регулювання з елементами ринкового регулювання, що притаманна національним економікам на відповідному етапі їх розвитку.

Мета державного регулювання бізнесу – забезпечення ефективності та конкурентоздатності національної економіки.

Інструменти державного регулювання бізнесу – способи, прийоми та засоби державного впливу на діяльність підприємницьких структур.

Дерегулювання (дерегуляція) підприємницької діяльності – це зменшення контролю держави над веденням бізнесу.

Державна підтримка бізнесу – це свідоме формування державними структурами правових, економічних та організаційних умов становлення і розвитку підприємництва, а також створення стимулів використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно.

Державна підтримка малого і середнього підприємництва – комплекс заходів з боку держави, спрямованих на компенсацію суб'єктам малого і середнього підприємництва перешкод, які їм, порівняно з іншими суб'єктами

господарювання, доводиться долати на шляху доступу до ресурсів, необхідних для започаткування діяльності та її розвитку в умовах ринкових відносин.

Інфраструктура підтримки підприємництва – це сукупність державних, приватних та громадських інститутів (організацій, установ і об'єднань), які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності й забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності.

Бізнес-центр – організація, що спеціалізується на підтримці малого та середнього бізнесу на початкових етапах його становлення.

Бізнес-інкубатор – організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності.

Консультаційний центр – організація, що спеціалізується на наданні безкоштовної інформаційно-консультативної підтримки суб'єктам малого та середнього бізнесу та особам, які мають на меті започаткувати власну справу, щодо правил та умов ведення господарської діяльності, можливостей виходу на нові ринки, участі у проектах та програмах міжнародно-технічної допомоги.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Що являє собою державне регулювання бізнесу?
2. Чим обумовлена потреба державного регулювання бізнесу?
3. Яку мету переслідує держава, регулюючи бізнес?
4. Чим визначаються можливості державного регулювання бізнесу?
5. Які Вам відомі моделі державного регулювання бізнесу?
6. На яких принципах базується державне регулювання бізнесу?
7. Як поділяють інструменти державного регулювання бізнесу?
8. Що являє собою дерегулювання підприємницької діяльності?
9. Що Ви розумієте під державною підтримкою бізнесу?
10. Які цілі переслідує держава, надаючи підтримку бізнесу?
11. Яким чином держава підтримує розвиток підприємницької діяльності?
12. У чому полягає сутність державної підтримки малого та середнього підприємництва?
13. Які форми державної підтримки малого бізнесу сформувалися у світі?
14. Яка мета державної політики у сфері розвитку малого і середнього бізнесу в Україні?
15. У чому полягають основні завдання державної політики у сфері розвитку малого і середнього бізнесу в Україні?
16. З дотриманням яких принципів здійснюється державна політика у сфері розвитку малого і середнього бізнесу в Україні?

17. Які Вам відомі напрями державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні?
18. Що передбачає фінансова державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва?
19. Яким чином здійснюється інформаційна державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва?
20. У чому полягає сутність поняття «інфраструктура підтримки підприємництва»?
21. Які вам відомі об'єкти інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва?
22. Яким чином відбувається державне регулювання бізнесу у провідних країнах світу?
23. У чому полягає зміст різновидів екстреної підтримки бізнесу? За яких умов розвинені держави вдаються до їх застосування?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. *Державне регулювання бізнесу являє собою:*

- а) зменшення (скасування чи скорочення) контролю держави над веденням бізнесу в певній галузі суспільних відносин;
- б) цілеспрямований вплив держави на діяльність підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу і ринку з метою забезпечення нормальних умов їх функціонування;
- в) підпорядкування суспільного виробництва потребам та інтересам людей;
- г) процес створення максимально сприятливих умов для функціонування приватного капіталу в сферах економіки, пріоритетних з позиції влади.

2. *Ліберальна модель державного регулювання бізнесу передбачає:*

- а) втручання держави в аспекти, які не в змозі регулювати ринок;
- б) стимулювання розвитку малого підприємництва;
- в) запровадження політики вирівнювання доходів;
- г) забезпечення високої ефективності діяльності підприємницьких структур.

3. *Такий принцип державного регулювання бізнесу як «однакові умови для усіх господарюючих суб'єктів» передбачає:*

- а) свободу підприємницької діяльності у межах, визначених законом;
- б) забезпечення ефективності та конкурентоздатності національної економіки;

- в) вільний рух капіталів, товарів та послуг на території країни, вільний доступ до ресурсів, кредитів, інформації;
- г) забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання.

4. Основана мета державного регулювання бізнесу полягає:

- а) у створенні правової бази;
- б) у стабілізації економіки;
- в) у забезпеченні ефективності та конкурентоздатності національної економіки;
- г) у необхідності поповнення державного бюджету та забезпеченні справедливого розподілу доходів.

5. Інструменти державного регулювання бізнесу поділяють на такі групи:

- а) адміністративні та правові;
- б) правові та економічні;
- в) регулюючі та економічні;
- г) адміністративні та економічні.

6. Дерегулювання підприємницької діяльності - це:

- а) один із напрямів державної регуляторної політики господарської діяльності;
- б) один з інструментів державного регулювання бізнесу;
- в) один з принципів державного регулювання бізнесу;
- г) одна з функцій держави, що визначає можливості державного регулювання бізнесу.

7. Дерегулювання підприємницької діяльності передбачає:

- а) заохочування одних видів діяльності шляхом субсидування та утримування інших через оподаткування;
- б) зменшення контролю держави над веденням бізнесу;
- в) видання мотивованих законодавчих та нормативних актів, що сприяють розвитку ринкової конкуренції;
- г) максимізацію свободи економічної діяльності.

8. Державна підтримка підприємництва являє собою комплекс заходів з боку держави, спрямованих на:

- а) заохочення розвитку суб'єктів підприємницької діяльності у пріоритетних галузях;
- б) формування соціального прошарку власників і підприємців;
- в) забезпечення зростання внутрішнього валового продукту за рахунок діяльності суб'єктів підприємницької діяльності;
- г) компенсацію суб'єктам підприємництва перешкод, які їм доводиться долати на шляху доступу до ресурсів, необхідних для започаткування діяльності та її розвитку в умовах ринкових відносин.

9. * *Доповніть основні завдання державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні:*

- а) створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;
- б) забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;
- в) _____;
- г) _____.

10*. *Доповніть принципи державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні:*

- а) ефективність підтримки малого і середнього підприємництва;
- б) доступність отримання державної підтримки суб'єктами малого і середнього підприємництва;
- в) _____;
- г) _____.

11. *Одним із напрямів державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:*

- а) запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності для суб'єктів малого підприємництва, що відповідають критеріям, встановленим у податковому законодавстві;
- б) відкритість і прозорість проведення процедур надання державної підтримки;
- в) забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян;
- г) помірне державне регулювання малого бізнесу і створення ринкових умов для конкуренції.

12. *Часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва є складовою такого різновиду державної підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва:*

- а) інформаційної підтримки;
- б) консультаційної підтримки;
- в) фінансової підтримки.

13. *Фінансова державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва передбачає:*

- а) надання гарантії та поруки за кредитами суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- б) надання інформації: про стан виконання державних, регіональних і місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва;

- в) спрощення доступу до інформації в режимі реального часу;
- г) сприяння розвитку венчурного підприємництва.

14. Консультаційна державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва передбачає:

- а) надання кредитів, у тому числі мікрокредитів, для започаткування і ведення власної справи;
- б) надання інформації: про стан виконання державних, регіональних і місцевих програм розвитку малого і середнього підприємництва;
- в) спрощення доступу до інформації в режимі реального часу;
- г) створення умов для поширення кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами.

15. Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації управлінських кадрів та кадрів ведення бізнесу може здійснюватися шляхом:

- а) створення системи економічних стимулів для розвитку економіки на основі технологічних інновацій;
- б) співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку малого і середнього підприємництва;
- в) створення та розвитку мережі бізнес-інкубаторів;
- г) надання позик на придбання і впровадження нових технологій.

16. Інфраструктура підтримки підприємництва – це:

- а) сукупність інституцій, що забезпечують консультативну підтримку бізнесу;
- б) сукупність державних, приватних та громадських інститутів, які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності й забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності;
- в) сукупність організацій, установ і об'єднань, які діють на території держави та здійснюють політику державного регулювання бізнесу;
- г) сукупність інституцій, що забезпечують фінансово-кредитну підтримку бізнесу.

17. Твердження «інфраструктура підтримки підприємництва являє собою сукупність підприємств, установ та організацій незалежно від форми власності, які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів підприємництва, їх інвестиційної та інноваційної активності, просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки» є:

- а) правильним;
- б) неповним;
- в) неконкретним;
- г) неправильним.

18. До об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва належать:

- а) лізингові компанії, які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів підприємництва;*
- б) виключно бізнес-центри, основним завданням яких є сприяння розвитку малого і середнього підприємництва;*
- в) бізнес-центри, бізнес-інкубатори, науково-технологічні центри, центри трансферу технологій, фонди підтримки малого підприємництва, лізингові компанії, консультативні центри;*
- г) науково-технологічні центри, які провадять діяльність, спрямовану на просування результатів інтелектуальної діяльності бізнесу на внутрішній і зовнішній ринки.*

19. Організація, що спеціалізується на підтримці малого та середнього бізнесу на початкових етапах його становлення, - це:

- а) бізнес-центр;*
- б) бізнес-інкубатор;*
- в) центр трансферу технологій;*
- г) консультаційний центр.*

20. Організація, діяльність якої спрямована на впровадження результатів науково-технічної діяльності у реальний сектор економіки та орієнтована на отримання прибутку від використання результатів наукових досліджень, які виконуються в державних наукових організаціях та приватних компаніях, - це:

- а) бізнес-центр;*
- б) бізнес-інкубатор;*
- в) центр трансферу технологій;*
- г) консультаційний центр.*

21. Організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані приміщення та інше майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою сприяння у набутті ними фінансової самостійності, - це:

- а) бізнес-центр;*
- б) бізнес-інкубатор;*
- в) центр трансферу технологій;*
- г) консультаційний центр.*



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

Наведіть приклади інструментів державного регулювання, за допомогою яких відбувається регулювання підприємницької діяльності у Вашому місті (місто на вибір) та регіоні. Обґрунтуйте економічну доцільність їх запровадження.

Завдання 2.

Наведіть приклади конкретних напрямів, за якими відбувається державна підтримка підприємницької діяльності у Вашому місті (місто на вибір) та регіоні. Наведіть аргументи на їх користь з позиції держави як суб'єкта регулювання та з позиції суб'єктів підприємницької діяльності. Назвіть програми, в яких визначається механізм цієї підтримки.

Завдання 3.

За матеріалами бюджетних програм підтримки бізнесу, що реалізуються в Україні (обираються довільні бюджетні програми) визначте мету, завдання та основні напрями державної підтримки бізнесу на сучасному етапі розвитку держави.

Завдання 4.

Наведіть аргументи стосовно різних форм державної підтримки малого бізнесу. Яка з форм державної підтримки малого бізнесу (широке чи помірне державне регулювання) характерна для сучасного етапу економічного розвитку. Аргументуйте власну думку.

Завдання 5.

Які об'єкти інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва створено у Вашому місті (місто на вибір)? Обґрунтуйте доцільність їх існування, використовуючи як аргументи конкретні цифри, що характеризують результати їх діяльності.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Державна політика підтримки малого і середнього бізнесу в Україні: сучасний стан та пріоритетні напрями.
2. Роль комерційних банків у сучасному розвитку малого і середнього бізнесу в Україні.
3. Напрямки фінансової підтримки малого підприємництва.
4. Особливості підтримки малого та середнього бізнесу в сфері науково-виробничої та інноваційної діяльності.
5. Фінансово-кредитна інфраструктура підтримки малого підприємництва.
6. Інформаційно-консультаційна інфраструктура підтримки малого підприємництва.
7. Організаційно-правова інфраструктура підтримки малого підприємництва.
8. Економічна сутність та роль бізнес-інкубаторів в національній економіці.
9. Технологічні парки: поняття, різновиди, функції.
10. Участь держави у формування і розвитку інфраструктури ринку.
11. Основні форми державної підтримки малого бізнесу у зарубіжних країнах.
12. Основні цілі регулювання і державної підтримки малого та середнього бізнесу в країнах Європи.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Доброва Н. В., Осипова М. М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
2. Інституції підтримки підприємництва: концепція, особливості, діяльність. Центр громадської експертизи, Представництво Фонду Фрідріха Науманна в Україні, Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні», 2016. 176 с.
3. Панцир С., Когут А. Політика підтримки малого та середнього бізнесу: доступ до фінансово-кредитних ресурсів. К., 2015. 32 с.
4. Петренко В.П. Вітчизняний та зарубіжний досвід державної підтримки розвитку малого підприємництва. Економіка та право. № 1 (49), 2018. С. 130-135.
5. Підтримка малого і середнього підприємництва на державному рівні / *Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України.* URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk->

[UA&id=fd7fb228-3d3c-43d6-a9a5-34eea3e04718&title=PidtrimkaMalogoISerednogoPidprimnitstvaNaDerzhavnomuRivni](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1413-2019-%D1%80#Text)

6. План дій щодо підвищення позиції України в рейтингу Світового банку «Ведення бізнесу» («Doing Business»): Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2019 р. № 1413. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1413-2019-%D1%80#Text>.

7. План заходів щодо дерегуляції господарської діяльності та покращення бізнес-клімату: Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 4 грудня 2019 р. № 1413. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-zatverdzhennya-planu-zahodiv-shchodo-deregulyaciyi-gospodarskoyi-diyalnosti-ta-1413-041219>.

8. Поддержка малых и средних предприятий в Германии. URL: http://business-women-union.blogspot.com/2011/11/blog-post_14.html

9. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України 22 березня 2012 року № 4618-VI (редакція від 02.04.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>.

10. Програми підтримки бізнесу / Портал для підприємців. URL: https://sme.gov.ua/support_programs/

11. Програм підтримки бізнесу / Портал кабінету міністрів України. URL: <https://covid19.gov.ua/prohramy-pidtrymky-biznesu>

12. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності. К. : Кондор, 2011. 912 с.

13. «Скорая помощь» бизнесу при COVID-19: мировая практика экспресс-реагирования на угрозу экономического коллапса. URL: https://lb.ua/economics/2020/04/13/455164_skoraya_pomoshch_biznesu.html

14. Förderprogramme (Програми фінансування) / Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. URL: www.foerderdatenbank.de

ОБМЕЖЕННЯ У ЗДІЙСНЕННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 4.1. Типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності.
- 4.2. Ліцензування підприємницької діяльності: поняття, підстави та принципи.
- 4.3. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.
- 4.4. Особливості процесу ліцензування.
- 4.5. Суб'єктивні обмеження в здійсненні підприємницької діяльності.

 **Основні поняття та терміни:** ліцензія, ліцензування, здобувач ліцензії, видача ліцензії, ліцензіат, ліцензійні умови, орган ліцензування, експертно-апеляційна рада, ліцензійна справа, анулювання ліцензії.

4.1. Типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності

Сучасна ринкова економіка формується і функціонує на основі підприємницької діяльності. Підприємництво як одне з фундаментальних засад державницької політики полягає в реалізації конституційного права громадян на підприємницьку діяльність. Відповідно до ст. 42 Конституції України кожен громадянин має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Насамперед, це право базується на свободі підприємницької діяльності, що полягає в здійсненні на власний розсуд і ризик суб'єктом господарської діяльності, яка не заборонена законом, з метою одержання прибутку. Разом з тим законодавством передбачені певні обмеження у здійсненні підприємницької діяльності (рис. 4.1).

Деякі види діяльності можуть здійснювати тільки державні підприємства. Відповідно перша категорія обмежень пов'язана з монополією держави на певну діяльність. Наприклад, тільки за наявності дозволу держави, підприємства й організації можуть здійснювати діяльність, пов'язану з виготовленням і реалізацією військової зброї та боєприпасів до неї, видобуванням бурштину, охороною окремих особливо важливих об'єктів державної власності, а також діяльність, пов'язану з проведенням криміналістичних, судово-медичних, судово-психіатричних експертиз та розробленням, випробуванням, виробництвом та експлуатацією ракет-носіїв, з технічним обслуговуванням та експлуатацією первинних мереж (крім місцевих мереж) та супутникових систем телефонного зв'язку, виплатою та доставкою

пенсій, грошової допомоги малозабезпеченим громадянам. Разом з тим, окремі види діяльності можуть здійснювати тільки державні підприємства й організації, наприклад, санітарний контроль.



Рис. 4.1 – Типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності

Є певні обмеження для іноземних компаній та компаній з іноземним капіталом (наприклад, йдеться про купівлю земель сільськогосподарського призначення, участь у приватизації компаній з російським капіталом). Також діють обмеження, що встановлені антимонопольним законодавством.

Окремі види діяльності потребують спеціального дозволу (ліцензії). Так, наприклад, виробництво та торгівля спиртом (етиловим, коньячним, плодовим), алкогольними напоями, тютюновими виробами може здійснюватися лише на підприємствах за умови наявності у них спеціальних ліцензій. Заняття цими видами економічної діяльності можливо тільки за умови отримання спеціального дозволу – ліцензії на право здійснювати цю діяльність.

Відносини у сфері ліцензування видів господарської діяльності регулюються Законом України «Про ліцензування видів господарської діяльності» від 02.03.2015 р. № 222-VIII. Закон визначає:

- 1) види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню;
- 2) уніфікований порядок ліцензування;
- 3) нагляд і контроль у сфері ліцензування;
- 4) відповідальність суб'єктів господарювання і органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування.

Законодавство встановлює неможливість заняття підприємницькою діяльністю певних категорій громадян (військовослужбовців, службових осіб органів прокуратури, суду, державної безпеки, нотаріату, внутрішніх справ, органів державної влади та місцевого самоврядування). Не можуть займатися підприємницькою діяльністю і особи, які вчинили злочин і до яких судом застосовано покарання у вигляді позбавлення права на заняття окремим видом

діяльності. Особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини, які не можуть бути зареєстровані як підприємці, не можуть бути співзасновником підприємства, обіймати в підприємницьких товариствах і об'єднаннях керівні посади і посади пов'язані з матеріальною відповідальністю.

Окрім загальних передумов підприємництва чинним законодавством встановлено ряд спеціальних вимог (рис. 4.2).

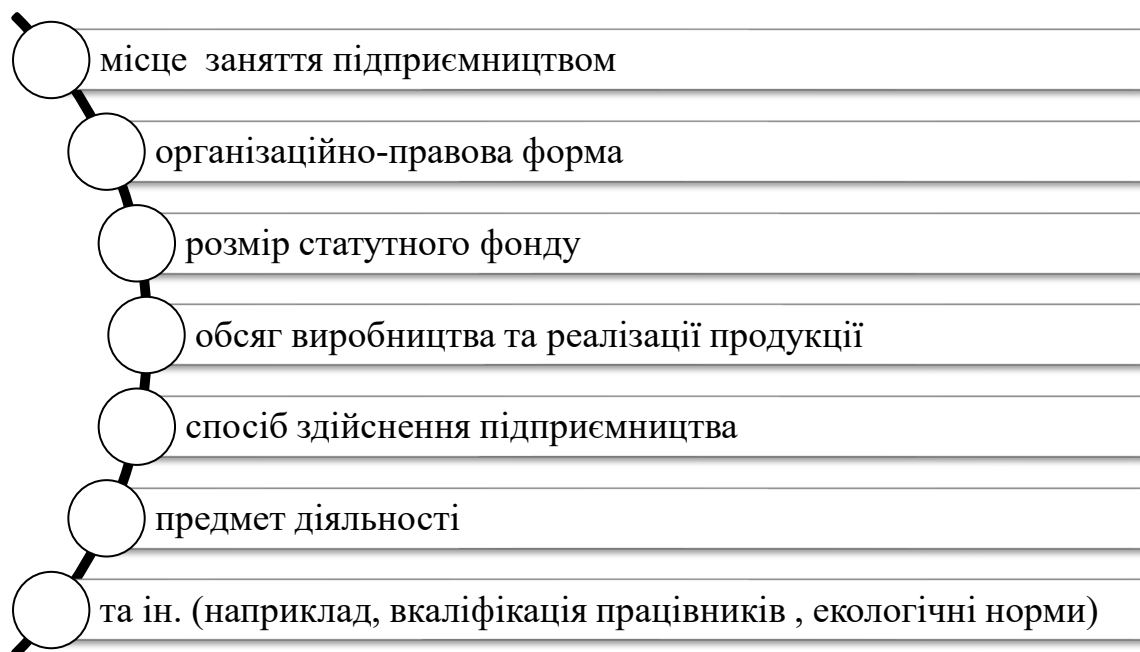


Рис. 4.2 – Спеціальні обмеження у здійсненні підприємницької діяльності

Основними спеціальними вимогами у здійсненні підприємницької діяльності є обмеження щодо:

1) місця заняття підприємництвом (наприклад, облаштування підприємницької діяльності у зонах рекреації з урахуванням цільового використання земельних ділянок або сільбищних зонах). Детальніше про обмеження у здійсненні підприємницької діяльності, що пов'язані із використанням земельної ділянки йдеться у Додатку А;

2) організаційно-правової форми (наприклад, ломбарди можуть існувати тільки у вигляді повних товариств, окремі обмеження встановлені для банків, страхових компаній, ігрного бізнесу);

3) розміру статутного фонду та його величини на момент державної реєстрації (наприклад, мінімальний розмір статутного капіталу передбачений для акціонерних товариств); страхових компаній та інших фінансових установ;

4) способу здійснення підприємництва, яке повинно бути екологічно безпечне, не суперечити засадам моралі, людяності, гуманізму.

5) предмету діяльності (наприклад, не допускається роздрібна торгівля вибухонебезпечними виробами);

6) суміщення видів діяльності (наприклад, не допускається одночасна торгівля промисловими та продовольчими товарами (за одним прилавком в одному торговельному залі), а також деякими продовольчими товарами

(наприклад, шоколадні вироби одночасно з рибною продукцією). Не допускається конкуренція видів діяльності між повним товариством та його учасником. Останній не може займатись тим же видом діяльності, що повне товариство;

7) видів бізнес-партнерів (наприклад, не допускаються економічні відносини між підприємствами на загальній системі оподаткування та бізнесом на спрощеній 1 та 2 груп);

8) умов підприємницької діяльності для тих, хто перебуває на спрощеній системі оподаткування.

Чинні нормативні акти встановлюють ряд інших обмежень та правил, яких повинні дотримуватись у своїй діяльності суб'єкти підприємництва.

4.2. Ліцензування підприємницької діяльності: поняття, підстави та принципи

Підприємницька діяльність, яка безпосередньо впливає на здоров'я людей, навколишнє природне середовище та безпеку держави і суспільства, вимагає спеціального дозволу – **ліцензії**. Це означає, що для здійснення такої підприємницької діяльності необхідно отримати ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення саме цього виду діяльності. Перелік ліцензованих видів діяльності станом на нараховує більш 30 найменувань (Додаток Б).

Ліцензія – це дозвільний документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженими ним органом виконавчої влади, згідно з яким його власник має право на здійснення певного виду підприємницької діяльності, який вимагає такого дозволу. Таким чином, ліцензія – це право суб'єкта господарювання на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню. Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на заняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає обмеженню.

У ст. 1 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» **ліцензування** визначається як засіб державного регулювання провадження видів господарської діяльності, спрямований на забезпечення безпеки та захисту економічних і соціальних інтересів держави, суспільства, прав та законних інтересів, життя і здоров'я людини, екологічної безпеки та охорони навколишнього природного середовища.

Суб'єктами відносин, що виникають у зв'язку з ліцензуванням, є, з одного боку, суб'єкт господарювання, а з іншого – орган ліцензування (рис. 4.3).

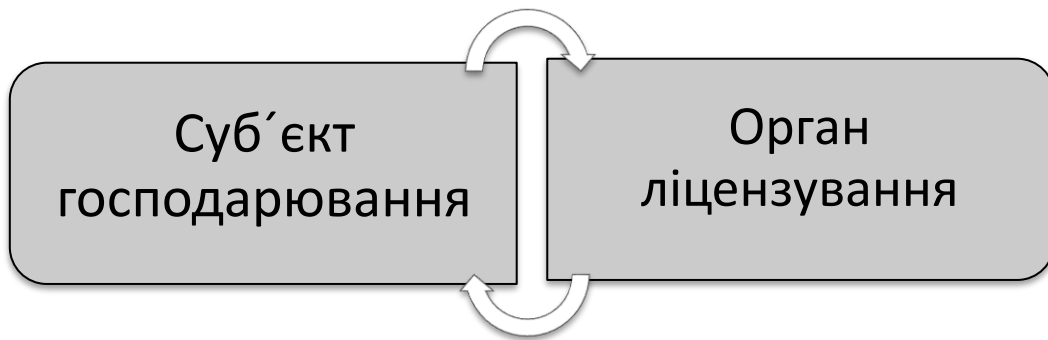


Рис. 4.3 – Суб'єкти відносин, що виникають у зв'язку з ліцензуванням

Суб'єкт господарювання – зареєстрована в установленому законодавством порядку юридична особа незалежно від її організаційно-правової форми та форми власності, яка провадить господарську діяльність, крім органів державної влади та органів місцевого самоврядування, а також фізична особа – суб'єкт підприємницької діяльності.

У процесі отримання ліцензії суб'єкт господарювання стає здобувачем ліцензії, а з моменту одержання ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню ліцензіатом.

Здобувач ліцензії – суб'єкт господарювання, який звернувся в установленому законодавством порядку до органу ліцензування із заявою про отримання ліцензії на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Видача ліцензії – надання суб'єкту господарювання права на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, шляхом прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії, про що робиться запис у ліцензійному реєстрі.

Коли суб'єкт господарювання отримає ліцензію від стає **ліцензіатом** – це суб'єкт господарювання, який має ліцензію (рис.4.4).

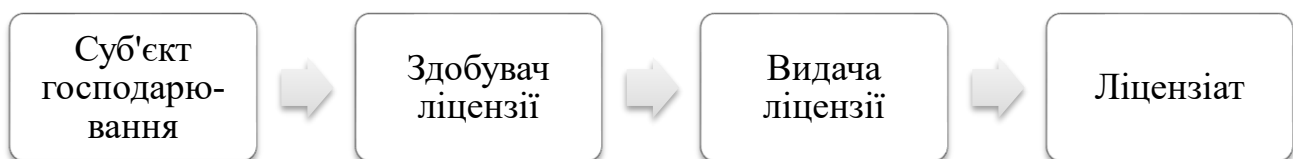


Рис. 4.4 – Етапи отримання категорій

Ліцензування здійснюють органи ліцензування. **Орган ліцензування** – це орган виконавчої влади, визначений КМУ, або спеціально уповноважений виконавчий орган місцевих рад для ліцензування певних видів господарської діяльності. В Україні немає єдиного державного органу ліцензування, що видає ліцензії на всі види діяльності. Ліцензії видаються різними вищими або місцевими органами виконавчої влади, перелік яких визначає КМУ. Наприклад, ліцензію на медичну практику видає Міністерство охорони здоров'я, ліцензію на надання послуг з перевезення видає Міністерство

інфраструктури, ліцензію на надання послуг з охорони та ліцензію на здійснення діяльності, пов'язану з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами видає Міністерство внутрішніх справ.

Якщо ліцензію на будь-який вид діяльності може видавати як вищий, так і місцевий орган виконавчої влади, то вважається, що на підставі ліцензії, виданої центральним органом, господарська діяльність може здійснюватися на всій території України, а на підставі ліцензії, виданої місцевим органом на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Суб'єкт господарювання має право займатися видами господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, після внесення відомостей щодо рішення органу ліцензування про видачу йому ліцензії до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Суб'єкт господарювання зобов'язаний провадити певний вид господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, відповідно до встановлених для цього виду діяльності ліцензійних умов. Ліцензіат зобов'язаний виконувати вимоги ліцензійних умов відповідного виду господарської діяльності, а здобувач ліцензії для її отримання – відповідати ліцензійним умовам

Аналіз чинного законодавства у сфері ліцензування дозволяє визначити функції, які виконує ліцензування (рис. 4.5).



Рис. 4.5 – Функції ліцензування

Дозвільна функція передбачає, що держава в особі органу, що здійснює ліцензування конкретного виду діяльності, дає дозвіл на заняття конкретним видом господарської діяльності, чим засвічує, що суб'єкт господарювання відповідає всім організаційним, кваліфікаційним та економічним вимогам законодавства щодо здійснення цього виду діяльності, тобто має необхідну

матеріальну базу, відповідає технічним та технологічним вимогам, має належний кваліфікаційний рівень працівників.

Облікова функція передбачає, що шляхом ведення обліку ліцензійний орган формує і веде ліцензійний реєстр певного виду господарської діяльності. Спеціально уповноважений орган з питань ліцензування, який містить відомості ліцензійних реєстрів органів ліцензування, що забезпечує єдиний облік усіх суб'єктів господарської діяльності, які отримали дозвіл на зайняття певним видом діяльності.

Інформаційна функція передбачає, що орган ліцензування формує і зберігає ліцензійну справу щодо кожного суб'єкта, від якого надійшла заява про видачу ліцензії. У цій справі зберігаються документи щодо видачі та переоформлення ліцензії, видачі дублікатів ліцензії, а також копії рішень органу ліцензування про видачу, переоформлення та анулювання ліцензії, про видачу дублікатів ліцензії, розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов. Інформація, що міститься в Єдиному ліцензійному реєстрі та ліцензійних реєстрах, є відкритою, і може бути надана іншим державним органам та заінтересованим особам. Можна також у встановленому законом порядку отримати інформацію про суб'єкта підприємницької діяльності, що отримав ліцензію у встановленому порядку, безпосередньо з реєстру.

Контролююча функція передбачає, що спеціально уповноважений орган з питань ліцензування здійснює проведення планових та позапланових перевірок господарюючих суб'єктів, які здійснюють ліцензований вид діяльності. Цими органами перевіряється додержання законодавства у сфері ліцензування, контроль за наявністю ліцензії у суб'єктів господарювання, контроль за додержанням ліцензійних умов.

Статистична функція передбачає, що за даними ліцензійних реєстрів та Єдиного реєстру можна відстежувати динаміку господарської діяльності, досліджувати ринкове середовище, здійснювати прогнозування та узагальнення розвитку підприємництва в державі у сферах ліцензованої господарської діяльності.

Охоронна функція передбачає, що ліцензування є засобом охорони прав та інтересів суб'єктів господарювання, а також інтересів інших учасників суспільних відносин від наслідків потенційно небезпечного господарювання.

Таким чином, саме ліцензування певним чином дозволяє державі забезпечувати одночасне дотримання публічних і приватних інтересів, не вводячи державну монополію на здійснення окремих видів діяльності та не обмежуючи свободу діяльності суб'єктів господарювання. Тому суть законодавчого визначення ліцензування має як теоретичне, так і практичне значення для застосування цього засобу державного регулювання діяльності суб'єктів господарювання.

Законодавство визначає **принципи** державної політики у сфері ліцензування (рис. 4.6).

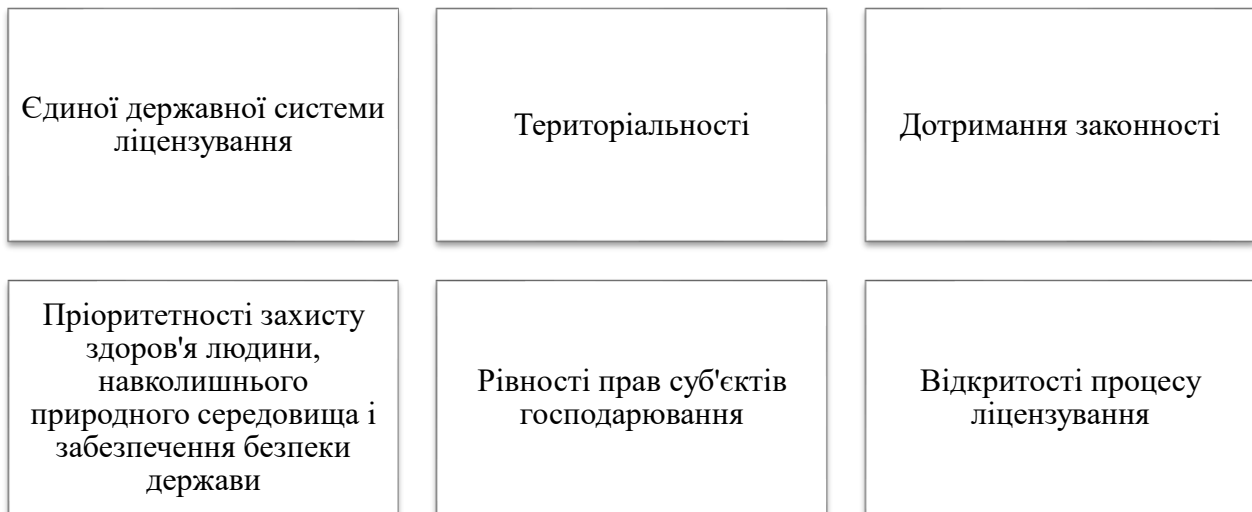


Рис. 4.6 – Принципи державної політики у сфері ліцензування

Принцип єдиної державної системи ліцензування реалізується шляхом:

- встановлення єдиного переліку видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню;
- визначення вичерпного переліку документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії;
- визначення Кабінетом Міністрів України органів ліцензування і видів господарської діяльності, на які відповідний орган ліцензування видає ліцензії.

Принцип територіальності передбачає, що дія ліцензії поширюється на адміністративну територію органу ліцензування, що її видав.

Принцип дотримання законності передбачає, що:

- встановлюються конкретні терміни здійснення кожної дії органу ліцензування, спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування;
- вимоги ліцензійних умов мають бути однозначними, прозорими і унеможливлувати їх суб'єктивного застосування органами ліцензування або ліцензіатами;
- повноваження спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування, експертно-апеляційної ради з питань ліцензування і порядок набуття чинності рішень органу ліцензування поширюються на сферу ліцензування усіх видів господарської діяльності, визначаються виключно цим Законом і не можуть бути обмежені другими законами;
- вводиться відповідальність посадовців органів ліцензування і спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування і суб'єктів господарювання за порушення вимог нормативно-правових актів, регулюючих сферу ліцензування;
- забороняється вимагати органами ліцензування надання документів з державних паперових або електронних інформаційних ресурсів;

Принцип пріоритетності захисту прав, законних інтересів, життя і здоров'я людини, навколишнього природного середовища, захисту обмежених ресурсів держави і забезпеченні безпеки держави передбачає:

- ліцензування виду господарської діяльності застосовується тільки до такого виду, здійснення якого представляє загрозу порушення прав, законних інтересів громадян, життю або здоров'ю людини, природному довкіллю і/або безпеці держави, і тільки у разі недостатності других засобів державного регулювання;

- запобігання виявленим корупції.

Принцип рівності прав суб'єктів господарювання передбачає:

- вільний вибір суб'єктом господарювання здійснення встановленого Законом виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, і території своєї діяльності;

- забезпечення при отриманні ліцензії рівності прав суб'єктів господарювання, незалежно від організаційно-правової форми або форми власності;

- встановлення єдиних вимог ліцензійних умов шляхом визначення їх відповідності рівням ризика від здійснення відповідного виду господарської діяльності;

- уникнення необґрунтованих обтяжень або зайвих адміністративних процедур;

- заборона використання ліцензування видів господарської діяльності для обмеження конкуренції;

Принцип відкритості процесу ліцензування забезпечується шляхом:

- своєчасного оприлюднення результатів ліцензійної діяльності органами ліцензування на своїх офіційних веб-сайтах і проектів нормативно-правових актів;

- забезпечення доступності інформації у сфері ліцензування;

- залучення на паритетних принципах представників профільних громадських організацій, суб'єктів господарювання і/або їх об'єднань до процесу ухвалення рішень Експертно-апеляційним радам з питань ліцензування.

Принципи державної політики у сфері ліцензування поширюються на порядок ліцензування усіх видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.

4.3. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню

В Україні склалися системи ліцензування, яку можна представити двома напрямками.

1. Закон України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» визначає **певні види господарської діяльності**, що підлягають ліцензуванню. Ці види діяльності вказані у Додатку Б.

2. Ліцензування окремих видів господарської діяльності регламентується спеціальними законами, що регулюють відносини в цих сферах.

Особливості ліцензування деяких видів діяльності здійснюється згідно з законами, що регулюють відносини у цих сферах. Законом «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» встановлюються види діяльності, які регулюються спеціальними законами:

1) діяльність в галузі телебачення і радіомовлення, яка здійснюється відповідно до Закону України «Про телебачення і радіомовлення» від 21.12.1993 р. № 3759-XII;

2) виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим та зерновим дистилятом, біоетанолом, алкогольними напоями та тютюновими виробами і пальним, зберігання пального, що здійснюється відповідно до Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального» від 19.12.1995 р. № 481/95-ВР;

3) діяльність у сфері електроенергетики, на ринку природного газу, централізоване водопостачання та централізоване водовідведення, виробництво теплової енергії, транспортування теплової енергії магістральними і місцевими (розподільними) тепловими мережами, постачання теплової енергії та іншу діяльність, ліцензування якої здійснює Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг, відповідно до закону, та здійснення контролю у цих сферах;

4) діяльність у сфері використання ядерної енергії, яка здійснюється відповідно до Закону України «Про дозвільну діяльність у сфері використання ядерної енергії» від 11.01.2000 р. № 1370-XIV;

5) професійну діяльність на ринку цінних паперів та діяльність у системі накопичувального пенсійного забезпечення, ліцензування якої здійснює Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку відповідно до закону;

6) ліцензування банківської діяльності, діяльність з надання фінансових послуг та діяльність з надання банкам послуг з інкасації здійснює Національний банк України відповідно до закону.

4.4. Особливості процесу ліцензування

Для здійснення ліцензованого виду підприємницької діяльності потрібно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення саме цього виду діяльності (ліцензійних умов). Органами ліцензування розробляються спеціальні регуляторні акти – ліцензійні умови.

Ліцензійні умови – нормативно-правовий акт, установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних

та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню. У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для провадження яких необхідні спеціальні знання, включаються кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – юридичних осіб та (або) до фізичних осіб-підприємців. У разі якщо для провадження певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, необхідні особливі вимоги щодо будівель, приміщень, обладнання, інших технічних засобів, такі вимоги також включаються до ліцензійних умов. У ліцензійних умовах встановлюється вимога до суб'єкта господарювання щодо необхідності подання повідомлення органу ліцензування про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії. У разі якщо суб'єкт господарювання провадить вид господарської діяльності не в повному обсязі, а частково, ліцензійні умови поширюються на суб'єкта господарювання виключно в частині, що встановлює вимоги до провадження господарської діяльності, зазначеної в ліцензії.

Вимоги ліцензійних умов обумовлені особливостями провадження виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та включають:

1) вичерпний перелік підтверджених документів, що підтверджують відповідність суб'єкта господарювання вимогам ліцензійних умов, крім документів, які органи влади не можуть вимагати;

2) кадрові вимоги щодо: мінімальної кількості працівників за окремими посадами; наявності у певних працівників відповідної освіти, кваліфікації та (або) стажу роботи, зокрема у фізичних осіб-підприємців, мінімальної частки кваліфікованих працівників за певними посадами, які уклали трудові договори з ліцензіатом; даних про наявність трудових договорів з усіма найманими працівниками;

3) організаційні вимоги щодо: строку повідомлення органу ліцензування про всі зміни даних, зазначених у заяві та документах, що додавалися до заяви, але не більше ніж один місяць з дня настання таких змін; подання передбаченої законом звітності; порядку дій суб'єкта господарювання у разі повного або часткового зупинення дії ліцензії;

4) технологічні вимоги щодо: наявності певної матеріально-технічної бази разом з даними, що дають можливість її ідентифікувати;

5) спеціальні вимоги, передбачені законом, стосовно: обмеження щодо суміщення здійснення видів господарської діяльності; виконання передбачених законом вимог щодо відокремлення і незалежності; можливості провадження видів господарської діяльності лише юридичними особами або лише юридичними особами окремих організаційно-правових форм; розміру статутного капіталу; ділової репутації.

Ліцензування певних видів господарської діяльності включає такі дії: видача ліцензії, переоформлення і анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ і ліцензійних реєстрів, контроль за дотриманням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

Експертно-апеляційна рада з питань ліцензування – це постійно діючий колегіальний орган при спеціально уповноваженому органі з питань ліцензування, який діє відповідно до положення, що затверджується спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

Обов'язками Експертно-апеляційної ради з питань ліцензування є:

- 1) розгляд скарг здобувачів ліцензії, ліцензіатів на дії (бездіяльність) органу ліцензування щодо порушення законодавства у сфері ліцензування;
- 2) розгляд звернень органів ліцензування щодо проведення позапланових перевірок додержання ліцензіатами вимог ліцензійних умов.

Органи ліцензування виконують такі основні функції:

- 1) орган ліцензування видає ліцензії на право здійснення видів господарської діяльності;
- 2) орган ліцензування отримує та розглядає заяву з документами і за результатом їх розгляду приймає рішення про: залишення заяви без розгляду; видачу ліцензії або відмову у видачі ліцензії; переоформлення ліцензії; зупинення дії ліцензії повністю або частково; відновлення дії ліцензії повністю або частково; анулювання ліцензії повністю або частково; розширення або звуження провадження виду господарської діяльності ліцензіатом; видачу інших документів, визначених законом, що стосуються повноважень органу ліцензування;
- 3) розробляє проекти ліцензійних умов і змін до них та подає їх в установленому порядку на затвердження Кабінету Міністрів України;
- 4) здійснює контроль за додержанням ліцензіатами вимог ліцензійних умов;
- 5) формує та веде ліцензійний реєстр;
- 6) формує та веде ліцензійні справи, забезпечує їх зберігання, передачу та одержання у паперовій та/або електронній формі;
- 7) здійснює інформаційне та методичне супроводження ліцензування;
- 8) прийняті рішення розміщує на своєму офіційному веб-сайті;
- 9) складає та подає спеціально уповноваженому органу з питань ліцензування щорічний ліцензійний звіт;
- 10) забезпечує підвищення кваліфікації працівників, до посадових обов'язків яких віднесено забезпечення виконання повноважень у сфері ліцензування.

Документи, подання яких до органу ліцензування передбачено Законом, можуть бути представлені до органу ліцензування за вибором здобувача ліцензії, ліцензіата:

- 1) нарочно;
- 2) поштовим відправленням з описом вкладення;
- 3) в електронній формі в порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

У разі оформлення документів, що складаються здобувачем ліцензії, ліцензіатом на паперовому носії вони складаються за допомогою друкувальних засобів або оформлюються рукописним способом.

Документи, що подаються в електронній формі, оформлюються згідно з вимогами законодавства у сфері електронного документообігу.

Документи, що подаються для отримання ліцензії (ст.11).

1. Заява.

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

У заяві про отримання ліцензії повинна міститися інформація про:

1) здобувача ліцензії:

- для юридичної особи – повне найменування, ідентифікаційний код, місцезнаходження, перелік відокремлених підрозділів, у межах яких планується провадження господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню;

- для фізичної особи-підприємця – прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), дані про місце проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків та згода на обробку персональних даних;

- вид господарської діяльності (повністю або частково) на провадження якого здобувач ліцензії має намір отримати ліцензію.

2. Документи відповідно до ліцензійних умов.

3. Копія паспорта керівника здобувача ліцензії (або його уповноваженого представника).

4. Опис документів, що подаються для отримання ліцензії, у двох екземплярах (у разі подання документів у паперовій формі).

Орган ліцензування протягом п'яти робочих днів з дня одержання заяви про отримання ліцензії приймає рішення про видачу або відмову у видачі ліцензії. Також орган ліцензування встановлює обмеження щодо кількості ліцензіатів, а у разі обмеження влаштовують аукціони, та ліцензію отримує той, хто запропонував найбільшу ціну (наприклад, видобуток корисних копалин, бурштину).

При негативному рішенні. У разі встановлення наявності підстав для відмови у видачі ліцензії орган ліцензування приймає обґрунтоване рішення про відмову у видачі ліцензії, що набирає чинності з дня його прийняття та підлягає обов'язковому оприлюдненню на офіційному веб-сайті органу ліцензування наступного робочого дня, після його прийняття.

Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржено до Експертно-апеляційної ради з питань ліцензування, суду.

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

1) встановлення невідповідності здобувача ліцензії ліцензійним умовам;

2) виявлення недостовірності даних у підтвердних документах, поданих здобувачем ліцензії.

3) наявність в органу ліцензування інформації про рішення суду щодо здобувача ліцензії, що забороняє йому провадити окремий вид господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

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

про видачу ліцензії або про відмову в її видачі становить десять робочих днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії. Рішення набирає чинності та оприлюднюється на офіційному веб-сайті органу ліцензування, а інформація про таке рішення вноситься до ліцензійного реєстру наступного робочого дня після його прийняття. У рішенні про видачу ліцензії орган ліцензування зазначає реквізити рахунку для внесення плати за видачу ліцензії.

Ліцензія на провадження здобувачем ліцензії визначеного ним виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, оформлюється органом ліцензування в електронному вигляді та відображається у виписці з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, яка видається ліцензіату безоплатно, та підлягає обов'язковому оприлюдненню на порталі електронних сервісів.

Ліцензія видається на обмежений строк. Термін залежить від виду діяльності.

За видачу ліцензії здійснюється разова плата в розмірі одного прожиткового мінімуму, виходячи з розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії.

Переоформлення ліцензії є безоплатним.

Плата за видачу ліцензії вноситься ліцензіатом у строк не пізніше десяти робочих днів з дня внесення запису щодо рішення про видачу ліцензії до ліцензійного реєстру. Документом, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії, є копія квитанції, виданої банком, копія платіжного доручення з відміткою банку, квитанція з платіжного термінала, квитанція (чек) з поштового відділення зв'язку.

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

Орган ліцензування після надходження від здобувача ліцензії заяви про отримання ліцензії формує єдину ліцензійну справу щодо цього суб'єкта (якщо орган ліцензування ще не має ліцензійної справи щодо відповідного суб'єкта господарювання).

Ліцензійна справа – єдиний набір документів в електронній формі на електронних носіях інформації (або в електронній формі на електронних носіях інформації та на паперових носіях у разі, якщо заявник подав заяву та документи на паперових носіях) стосовно відповідного здобувача ліцензії чи ліцензіата, які подані ним, що надходять до органу ліцензування від органів державної влади, юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців або фізичних осіб чи прийняті органом ліцензування в результаті реалізації своїх повноважень.

У ліцензійній справі зберігаються:

- 1) документи, подані здобувачем ліцензії чи ліцензіатом до органу ліцензування;
- 2) завірені органом ліцензування копії (фотокопії) рішень стосовно здобувача ліцензії чи ліцензіата;

3) оригінали, копії (фотокопії) судових рішень, звернень правоохоронних органів, що надійшли до органу ліцензування стосовно здобувача ліцензії чи ліцензіата;

4) копії (фотокопії) розпоряджень спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування про усунення порушень органом ліцензування законодавства у сфері ліцензування, допущених стосовно здобувача ліцензії чи ліцензіата;

5) матеріали (документи або їх копії (фотокопії), завірені органом ліцензування) перевірок органом ліцензування додержання ліцензіатами вимог ліцензійних умов (зокрема скарг, що стали підставою для проведення позапланових перевірок, повідомлень органом ліцензування ліцензіатів про проведення планових перевірок, актів, складених за результатами проведення таких перевірок, та розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов);

6) оригінали судового рішення про витребовування документів з ліцензійної справи, супровідні листи або документи, якими суд уповноважив осіб на їх одержання, фотокопії описів витребовуваних документів;

7) інші документи, встановлені законом.

Ліцензійна справа зберігається протягом строку, визначеного законодавством.

Державний нагляд за додержанням органами ліцензування вимог законодавства у сфері ліцензування здійснює спеціально уповноважений орган з питань ліцензування шляхом проведення планових та позапланових перевірок у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Спеціально уповноважений орган з питань ліцензування може проводити позапланові перевірки додержання органами ліцензування вимог законодавства у сфері ліцензування на підставах:

1) наявності обґрунтованого повідомлення в письмовій формі про порушення органом ліцензування вимог законодавства у сфері ліцензування;

2) видання розпорядження про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування з метою перевірки його виконання органом ліцензування;

3) виявлення інформації, що вказує на порушення органом ліцензування вимог законодавства у сфері ліцензування;

4) за дорученням Прем'єр-міністра України.

Контроль за наявністю у суб'єктів господарювання ліцензій здійснюють державні органи, на які згідно із законом покладено функції контролю за наявністю ліцензій.

Для проведення перевірки органом ліцензування створюється комісія, до складу якої можуть входити виключно працівники такого органу та працівники його територіальних органів.

Під час проведення органом ліцензування перевірки ліцензіат зобов'язаний забезпечити присутність керівника чи його заступника або іншої уповноваженої особи.

Ліцензіат зобов'язаний повідомляти орган ліцензування про всі зміни даних, зазначених у заяві, документах та відомостях, що додавалися до заяви про отримання ліцензії, протягом строку, встановленого ліцензійними умовами.

Порушення у сфері ліцензування можна умовно розділити на дві групи:

1) за ведення господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, без отримання ліцензії, суб'єкти господарювання притягаються до адміністративної відповідальності, передбаченої Кодексом України про адміністративні правопорушення.

2) у разі порушення (відсутності) ліцензійних умов провадження відповідного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню. Порушення ліцензійних умов може бути виявлено органом ліцензування під час перевірки суб'єктів господарювання. У такому випадку орган ліцензування видає розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов. У зазначений в такому розпорядженні термін ліцензіат повинен надати органу ліцензування інформацію про усунення порушень. Невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов або повторне їх порушення може бути підставою для анулювання ліцензії.

За порушення законодавства у сфері ліцензування посадові особи органу ліцензування несуть адміністративну, матеріальну або дисциплінарну відповідальність.

Ліцензія на провадження виду господарської діяльності може бути зупинена повністю або частково або анульована.

Підставою для прийняття органом ліцензування рішення про анулювання дії ліцензії є:

- 1) заява ліцензіата про анулювання власної ліцензії;
- 2) набрання чинності рішенням органу ліцензування про анулювання ліцензії або скасування такого рішення спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування;
- 3) наявність у Єдиному державному реєстрі відомостей про державну реєстрацію припинення юридичної особи;
- 4) подання копії свідоцтва про смерть фізичної особи-підприємця (у разі відсутності правонаступника
- 5) акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов, встановлених для виду господарської діяльності;
- 6) акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- 7) акт про виявлення недостовірності даних у документах, поданих суб'єктом господарювання разом із заявою про отримання ліцензії;
- 8) акт про відмову ліцензіата у проведенні перевірки органом ліцензування;
- 9) акт про документальне підтвердження встановлення факту контролю (вирішального впливу) за діяльністю ліцензіата осіб інших держав, що здійснюють збройну агресію проти України.

У разі встановлення наявності підстав для зупинення дії ліцензії повністю або частково орган ліцензування протягом п'яти робочих днів з дня виявлення таких підстав приймає обґрунтоване рішення про зупинення дії ліцензії повністю або частково.

Анулювання ліцензії повністю або частково – це позбавлення суб'єкта господарювання права на провадження виду господарської діяльності

або частини виду господарської діяльності, на який йому видано ліцензію, шляхом прийняття органом ліцензування рішення про анулювання ліцензії повністю або частково, про що робиться запис у ліцензійному реєстрі.

4.5. Суб'єктивні обмеження у здійсненні підприємницької діяльності

Чинне законодавство має низку обмежень щодо здійснення підприємницької діяльності за суб'єктами. Держава встановила коло осіб, яким заборонено займатися підприємницькою діяльністю.

I. Здійснення підприємницькою діяльністю забороняється органам державної влади і органам місцевого самоврядування.

Незважаючи на те, що органи державної влади та органи місцевого самоврядування визнаються учасниками господарських відносин їм забороняється здійснення підприємницької діяльності. Це пояснюється закріпленими в Конституції України повноваженнями цих органів, як таких, що покликані забезпечувати потреби держава, а не свої власні. Однак, вони можуть бути засновниками комунальних підприємств, які можуть виконувати будь-яку діяльність не заборонену законодавством.

II. Не допускається заняття підприємницькою діяльністю для таких категорій громадян: військовослужбовцям, службовим особам органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, господарського суду, державного нотаріату, а також органам державної влади і управління, які повинні здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Обмеження щодо здійснення підприємницької діяльності стосуються також осіб, яким законодавством заборонено займатися підприємницькою діяльністю: які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Законом України «Про державну службу» від 10 грудня 2015 р. 889-VIII (редакція від 23.07.2020р.), та ст. 25 Закону України «Про запобігання корупції» від 4 жовтня 2014 р. № 1700-VII (редакція від 23.07.2020 р.) державним службовцям або іншим особам, уповноваженим на виконання функцій держави, заборонено займатися підприємницькою діяльністю безпосередньо, через посередників або підставних осіб, входити самостійно, через представника або підставних осіб до складу правління чи інших виконавчих органів підприємств, кредитно-фінансових установ, господарських товариств тощо, організацій, спілок, об'єднань кооперативів, що здійснюють підприємницьку діяльність.

III. Заборонено безпосередньо займатися підприємницькою діяльністю керівникам, заступникам керівників державних підприємств, установ і організацій, їх структурних підрозділів, а також посадовцям державних органів, органів місцевого і регіонального самоврядування.

Заборона безпосередньо займатися підприємницькою діяльністю керівникам, заступникам керівників державних підприємств, установ і організацій, їх структурних підрозділів, а також посадовим особам державних органів, органів місцевого і регіонального самоврядування встановлена Декретом Кабінету Міністрів України «Про впорядкування діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, створених за участю державних підприємств» від 31 грудня 1992 р. Це, однак, не виключає їхнього права отримувати дивіденди по акціях, а також доходи від інших корпоративних прав (доходи відповідно до своєї частки майна в статутному фонді господарського товариства тощо).

IV. Особам, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого рішенням суду.

V. Особам, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво і інші корисливі злочини, не лише не можуть бути зареєстровані як підприємці, але і не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також займати в підприємницьких товариствах (об'єднаннях) керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Ліцензія – це дозвільний документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженими ним органом виконавчої влади, згідно з яким його власник має право на здійснення певного виду підприємницької діяльності, який вимагає такого дозволу. Таким чином, ліцензія – це право суб'єкта господарювання на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню. Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на заняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає обмеженню.

Ліцензування – це засіб державного регулювання здійснення видів господарської діяльності, що підлягають ліцензування, спрямований на забезпечення реалізації єдиної державної політики у сфері ліцензування, безпеки та захисту економічних і соціальних інтересів держави, суспільства, прав та законних інтересів, життя і здоров'я людини, екологічної безпеки та охорони навколишнього природного середовища

Здобувач ліцензії – це суб'єкт господарювання, який звернувся в установленому законодавством порядку до органу ліцензування із заявою про отримання ліцензії на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Видача ліцензії – це надання суб'єкту господарювання права на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, шляхом прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії, про що робиться запис у ліцензійному реєстрі.

Ліцензіат – це суб'єкт господарювання, який має ліцензію на здійснення встановленого Законом виду господарської діяльності.

Ліцензійні умови – нормативно-правовий акт, установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.

Орган ліцензування – це орган виконавчої влади, визначений КМУ, або спеціально уповноважений виконавчий орган місцевих рад для ліцензування певних видів господарської діяльності.

Експертно-апеляційна рада з питань ліцензування – це постійно діючий колегіальний орган при спеціально уповноваженому органі з питань ліцензування, який діє відповідно до положення, що затверджується спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

Ліцензійна справа – єдиний набір документів в електронній формі на електронних носіях інформації (або в електронній формі на електронних носіях інформації та на паперових носіях у разі, якщо заявник подав заяву та документи на паперових носіях) стосовно відповідного здобувача ліцензії чи ліцензіата, які подані ним, що надходять до органу ліцензування від органів державної влади, юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців або фізичних осіб чи прийняті органом ліцензування в результаті реалізації своїх повноважень.

Анулювання ліцензії повністю або частково – це позбавлення суб'єкта господарювання права на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, на який йому видано ліцензію, шляхом прийняття органом ліцензування рішення про анулювання ліцензії повністю або частково, про що робиться запис у ліцензійному реєстрі;



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Який Закон України обумовлює певні обмеження у здійсненні підприємницької діяльності?
2. Чи повинні бути обмеження у здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки? Якщо так, то які?
3. Які типи обмежень у здійсненні підприємницької діяльності обумовлені законодавчими актами України?
4. Які види господарської діяльності можуть здійснюватися тільки державними підприємствами?
5. Які види господарської діяльності підлягають ліцензуванню?
6. Які дії включає ліцензування?

7. Що таке ліцензія?
8. Хто такий ліцензіат?
9. Що таке ліцензійні умови?
10. Надайте характеристику принципам єдиної державної системи ліцензування в Україні.
11. У чому полягає принцип дотримання законності?
12. У чому полягає принцип дотримання відкритості ліцензування?
13. Який механізм отримання ліцензій на певний вид підприємницької діяльності?
14. Які документи необхідно подати для отримання ліцензії для певних видів діяльності?
15. Скільки коштує отримання ліцензії на певні види діяльності?
16. На який термін видається ліцензія?
17. У чому полягає державний нагляд у сфері ліцензування?
18. На яких підставах спеціально уповноважений орган з питань ліцензування може проводити позапланові перевірки?
19. Надайте характеристику обмеженням у здійсненні підприємницької діяльності суб'єктивного складу.
20. Які категорії громадян не допускаються до здійснення підприємницької діяльності згідно з чинним законодавством України?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей.

1. Перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню визначає:

- а) Закон України «Про телебачення і радіомовлення»;
- б) Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності»
- в) Національна комісія;
- г) Національний банк.

2. Ствердження: «Ліцензія – це спеціальний документ, який видається підприємцю компетентним державним органом та надає право на здійснення окремих видів діяльності»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

3. * Не можуть здійснюватися без спеціального дозволу (ліцензії) такі види підприємницької діяльності:

- а) медична практика;
- б) ветеринарна практика;

- в) виробництво радіоапаратури;
- г) професійна діяльність на ринку цінних паперів;
- д) виробництво дитячого харчування;
- є) виробництво харчової продукції;
- ж) освітні послуги з підготовки магістрів;
- з) аудиторська діяльність.

4.* *Доповніть види діяльності, які можуть здійснювати тільки державні підприємства та організації:*

- а) з виготовленням та реалізацією військового озброєння та боєприпасів до нього;
- б) з проведенням криміналістичних, судово-медичних, судово-психіатричних експертиз;
- в) _____;
- г) _____.

5. *Доповніть види господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню:*

- а) банківська діяльність;
- б) надання фінансових послуг (крім професійної діяльності на ринку цінних паперів);
- в) _____;
- г) _____.

6. *Ствердження, що «виробництво теплової енергії, транспортування теплової енергії магістральними та місцевими тепловими мережами та постачання теплової енергії, підлягає ліцензуванню»:*

- а) правильне;
- б) неправильне.

7. *Ствердження, що «ліцензування видів господарської діяльності включає тільки видачу ліцензій»:*

- а) правильне;
- б) неправильне.

8. *Ствердження, що ліцензування підприємницької діяльності є одним із способів її державного регулювання:*

- а) правильне;
- б) неправильне.

9.* *Документи, подання яких органу ліцензування передбачено Законом, можуть бути представлені в орган ліцензування за вибором претендента ліцензії:*

- а) поштовим відправленням з описом вкладення;
- б) в електронному вигляді за допомогою порталу електронних сервісів юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань;
- в) державним реєстратором.

10. За видачу ліцензії справляється разова плата в розмірі:

- а) одної мінімальної заробітної плати, що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії;
- б) одного прожиткового мінімуму, виходячи з розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії;
- в) 10% від мінімальної заробітної плати, що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

Статутом ТОВ «Допомога», засновником якого є пенсіонер Сотапенко О.О. передбачено такі види діяльності:

- 1) торгівельна діяльність;
- 2) посередницька діяльність;
- 3) виплата та доставка пенсії;
- 4) маркетингова діяльність;
- 5) надання всіх видів рекламних послуг;
- 6) надання туристичних послуг.

Питання до обговорення.

1. Чи всі із вказаних видів діяльності можуть здійснюватися зазначеним ТОВ?

2. Чи може одно підприємство здійснювати два види діяльності, які підлягають ліцензуванню?

Завдання 2.

Особам, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво і інші корисливі злочини, не можуть бути зареєстровані як підприємці.

Питання до обговорення.

1. Чому, на вашу думку, такі особи не можуть здійснювати підприємницьку діяльність?

2. Чи можуть вони виступати співвласниками підприємницької структури?

3. Чи можуть такі особи займати керівні посади в підприємницьких структурах.

Завдання 3.

Є такі види господарської діяльності здійснювати які можуть тільки державні підприємства й організації.

Питання до обговорення.

1. Які види господарської діяльності можуть здійснювати тільки державні підприємства?

2. Як ви вважаєте, чому окремі види діяльності можуть здійснювати лише державними підприємствами?

Завдання 4.

Побудуйте схему процедури отримання ліцензії на конкретний вид підприємницької діяльності. Вид господарської діяльності виберіть на ваш розсуд.

Питання до обговорення.

1. Які види підприємницької діяльності, що потребують отримання ліцензії, на вашу думку, можна виключити? Поясніть чому.

2. Чи можна, на вашу думку, спростити процедуру ліцензування? Поясніть.

Завдання 5.

Ви є власником підприємства, яке здійснює підприємницьку діяльність, що потребує ліцензування.

Які будуть ваші дії у разі, коли:

1) закінчився строк дії ліцензії;

2) діяльність підприємства не є рентабельною.

Завдання 6.

Орган державної влади має автобус, який вранці та ввечері перевозить своїх робітників.

Чи потрібно цьому органу отримати ліцензію на перевезення своїх робітників?

Завдання 7.

Перерахуйте та обґрунтуйте ліцензійні умови (перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних умов), обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню:

1) медичної практики;

2) охоронної діяльності;

3) туроператорської діяльності;

4) ветеринарної практики;

5) виду діяльності на ваш розсуд.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Обмеження підприємництва в умовах ринкової економіки.
2. Типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності.
3. Перелік видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню.
4. Особливості ліцензування освітньої діяльності.
5. Принципи державної політики у сфері ліцензування.
6. Процедура ліцензування.
7. Суб'єктивні обмеження у здійсненні підприємницької діяльності.
8. Функції органу ліцензування.
9. Порядок ліцензування певного виду (на вибір) підприємницької діяльності.
10. Проблемні питання ліцензування підприємницької діяльності в Україні та напрямки їх вирішення.
11. Досвід Європейського Союзу у ліцензуванні підприємницької діяльності.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Добрава Н. В., Осипова М. М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
2. Конституція України: Закон України від 8 грудня 2004 року. № 2222-IV. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>
3. Про ліцензування видів господарської діяльності: Закон України від 02.03.2015. № 222 - VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text>
4. Про затвердження Порядку ліцензування видів господарської діяльності, державне регулювання яких здійснюється Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг: Постанова Національної комісії від 03.03.2020 р. № 548. URL: <http://www.nerc.gov.ua/?id=50007>
4. Про державну службу: Закон України від 10.12.2015р. № 889-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/889-19#Text>
5. Про запобігання корупції: Закон України від 4 жовтня 2014 року № 1700-VII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18#Text>
6. Про затвердження переліку органів ліцензування та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України: Постанова Кабінету Міністрів України від 5.07.2015 р. № 608. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/609-2015-%D0%BF#Text>.

- 5.1. Основні форми підприємництва.
- 5.2. Малий бізнес.
- 5.3. Соціальне підприємництво.



Основні поняття та терміни: форма підприємницької діяльності, одноосібне володіння, партнерство, корпоративне підприємництво, корпорація, мале підприємництво, соціальне підприємництво, соціальне підприємство, соціальна відповідальність бізнесу.

5.1. Основні форми підприємництва

У сучасних умовах господарювання ринкову економіку визначають коротко як економіку вільного підприємництва, тобто вільного здійснення підприємницької діяльності. Проте підприємницька діяльність має власні форми функціонування.

Форми організації підприємництва характеризують яким чином підприємці організовують власну справу, як вони взаємодіють один з одним, з органами державної влади та з іншими учасниками підприємницької діяльності. Форми організації підприємницької діяльності, що визначені юридично, називаються організаційно-правовими формами підприємництва.

Форма підприємництва – це система норм, яка визначає внутрішні відносини між партнерами по підприємству, а також відносини даного підприємства з іншими підприємствами та державними органами. Конкретна форма підприємництва визначається станом ринку і наявністю капіталу у підприємця.

Спосіб ведення господарства являє собою єдність організаційно-правових і господарських відносин, що виявляються в формах організації та функціонування, тому форми бізнесу в конкретній практиці сприймаються як цілісні. Не можна вибрати форму організації підприємства, не визначивши форму його функціонування. Вибір статусу підприємства та форми його функціонування – це єдиний процес, який не повинен залежати від розпорядження уряду або чиновника, що його представляє.

Вибір форми бізнесу залежить від особистих пристрастей та смаків, визначається об'єктивними умовами: сферою діяльності, наявністю коштів, прихильністю до тих чи інших форм підприємств і здійснюється за такими *принципами*:

1) рівність усіх форм здійснення певної господарської діяльності без надання привілеїв будь-якій з них;

- 2) економічна діяльність і свобода вибору форм бізнесу;
- 3) можливості взаємопереходу одних форм в інші та утворення симбіозу з придбанням нових якостей і втратою деяких попередніх характеристик;
- 4) взаємообумовленість і взаємодоповнюваність форм, їх єдність у створенні мішаної економіки;
- 5) деідеологізація, що виявляється у відмові від упереджень, застарілих стереотипів щодо доцільності окремих форм;
- 6) невтручання держави в природний процес розвитку і поширення різних форм бізнесу.

В усіх країнах з ринковою економікою існує велика різноманітність підприємницьких структур або, як їх ще прийнято називати, підприємницьких фірм, класифікація яких здійснюється за якісними і кількісними параметрами.

Основним якісним параметром при такому розмежуванні є тип власності, на якому ґрунтується підприємство (наприклад: приватна, спільна, державна, колективна, комунальна) Поряд з цим розмежування за якісними параметрами може здійснюватися за характером і змістом діяльності (виробничі, комерційні, фінансові); за обсягом та асортиментом випущеної продукції (масове, серійне, універсальне, спеціалізоване); за способом входження у різні об'єднання (асоціації, консорціуми, об'єднання); за способами та методами ведення конкуренції (лідери, претенденти, відомі, новачки) тощо.

Практика розвитку бізнесу в різних країнах виробила багато підходів до класифікації форм бізнесу, але більшість дослідників та ділових людей дійшли висновку, що надмірне роздроблення форм бізнесу не виправдане, тому що, які б критерії класифікації не використовувалися, все зводиться до одиничного або групового виробництва та володіння. Різноманітність форм бізнесу залежить від того, працює підприємець самостійно або об'єднується з іншими підприємцями, користується тільки своїм майном або залучає також майно інших осіб, використовує свою працю або працю найманих працівників. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що основними формами бізнесу є: одноосібне володіння (унітарна форма); партнерство та корпоративне підприємництво (рис. 5.1).

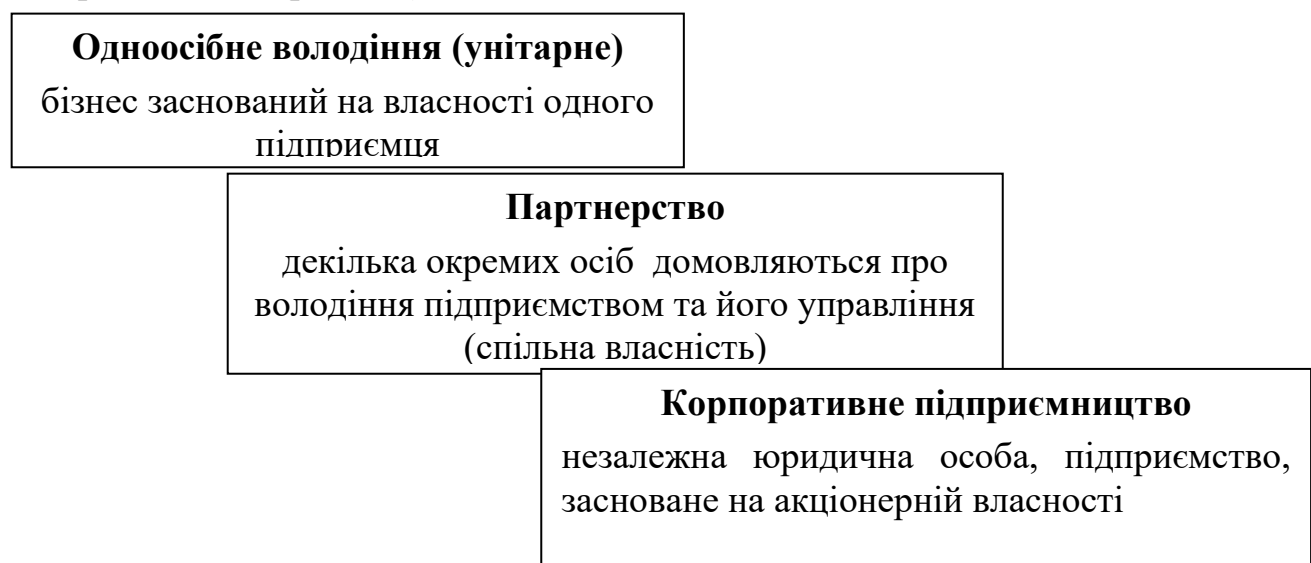


Рис. 5.1 – Форми підприємницької діяльності

Унітарна форма (одноосібне володіння) підприємницької діяльності

— це підприємництво, коли власником є одна людина (підприємець) (він єдиний господар, але має право наймати інших працівників). Власник такої бізнесу, з одного боку, одноосібно розпоряджається прибутком, отриманим в результаті її господарської діяльності, а з іншого — несе особисту відповідальність за успіх чи невдачу свого бізнесу і обмежений у можливостях збільшення грошових коштів.

Через простоту створення і управління це найбільш поширена форма бізнесу, це пов'язано з тим, що одноосібне володіння має суттєві *переваги*.

1. Легкість заснування та ліквідації. Досить прості умови реєстрації при створенні, що обумовлює оперативність та гнучкість при входженні до бізнесу або виході з нього, в обох випадках досить лише рішення самого підприємця.

2. Реалізація економічного рішення у такому бізнесі менш витратна, ніж у складніших за своєю організацією організаційних структурах.

3. Податкові пільги. Постійна увага і заохочувальна політика уряду, що розглядає даний бізнес як родюче середовище для відтворення ринкових відносин.

4. Можливість одержувати задоволення, працюючи на самого себе. У одноосібного власника достатньо сильні стимули до отримання економічного прибутку, яким в даному випадку не потрібно ні з ким ділитись. Весь прибуток належить підприємцеві, він зацікавлений в ефективній праці. Зосередження прибутку в одних руках дає можливість безпосередньо використовувати його в інтересах справи.

5. Особистий контроль за бізнесом, повна свобода дій та рішень. Одноосібний власник не підзвітний співвласникам чи будь-яким керівникам органам. Невеликі розміри бізнесу дають змогу підприємцеві підтримувати прямі контакти зі своїми працівниками та клієнтами. Повна незалежність дуже цінується підприємцями.

Однак, крім істотних плюсів, одноосібне володіння не позбавлене і суттєвих *недоліків*, до яких слід віднести.

1. Незначні за розміром фінансові можливості для розширювання бізнесу. Труднощі із залученням великих капіталів, оскільки власних фінансових ресурсів одноосібного підприємця для розвитку своєї справи здебільшого не вистачає. Через невисокий рівень платоспроможності комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагаючи більш високу плату за користування ними.

2. Відсутність ресурсів для диверсифікації (у даному випадку маються на увазі обмежені можливості для збільшення числа ринків, на яких функціонує бізнес);

3. Перевантаженість власника бізнесу, який сам виконує управлінські функції; Відсутність спеціалізованого управління, що, негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже одноосібний власник сам виконує всі управлінські функції. Проте далеко не всі люди здатні на це.

4. Необмежена (повна) відповідальність за борги. Це означає, що у випадку невдалого господарювання одноосібний власник може втратити не

лише особисті заощадження, а й усе власне майно, яке піде на сплату боргів кредиторам.

5. Строк функціонування одноосібного володіння залежить від волі, рішення одного власника.

Якщо один підприємець боїться почати справу самотійно, то він може розділити з будь-ким і ризик, і прибуток завдяки веденню бізнесу разом з партнером. У цьому випадку можна організувати партнерство у підприємницької діяльності. Ця форма організації підприємництва є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння.

Партнерство (товариство) – це така форма організації підприємницької діяльності, яка передбачає добровільне об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків на основі рівності, спільного контролю результатів бізнесу, активної участі в його веденні. Основою взаємин між сторонами, що вступають у партнерство є договір.

За ступенем участі засновників (партнерів) у діяльності підприємства, партнерство виступає в різних формах: товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство. Більш детально ці організаційно-правові форми будуть розглядатися у темі 10. Товариства є формою функціонування підприємницьких структур, заснованих на колективній власності та партнерських відносинах. Загальним для всіх товариств є способи, методи організації, наявність вищого (збори), виконавчого (дирекція), контрольного (ревізійна комісія) органів. Усі товариства є юридичними особами. Відмінності діяльності товариств полягають у відповідальності за наслідки господарсько-фінансової діяльності, у наявності документів, що регламентують їх роботу (товариства з обмеженою і додатковою відповідальністю керуються статутом і засновницьким договором, а повне і командитне товариство – засновницьким договором).

Партнери несуть спільну відповідальність за зобов'язаннями підприємства, розмір якого визначається як часткою їх участі у партнерстві, так і видом партнерства. У першому випадку власники несуть відповідальність за зобов'язаннями підприємства всім своїм майном, а в другому – в межах частки участі в статутному капіталі підприємства. Крім того, в деяких випадках всі партнери можуть приймати активну участь в діяльності підприємства, а в інших – один або декілька партнерів можуть бути пасивними.

До основних *переваг* партнерської підприємницької діяльності перед одноосібним володінням належать.

1. Велика свобода та оперативність господарських дій.

2. Прибуток, який отримують партнери у вигляді особистого доходу, повторно не оподатковується;

3. Вдосконалюється управління підприємством. З'являється спеціалізація в управлінні, тобто розподіл управлінських функцій між партнерами.

4. Партнерство більше сприяє накопиченню капіталу, ніж одноосібне володіння, оскільки партнери можуть скласти разом свої доходи і, таким чином, збільшити платоспроможність підприємства.

5. Зростають фінансові можливості підприємства внаслідок об'єднання декількох капіталів. Внаслідок розширюються джерела фінансування і кредитування, банки сміливіше дають кредити таким підприємницьким структурам.

Проте, ця форма підприємницької діяльності має певні *недоліки*, через що вона інколи не тільки не може подолати недосконалість одноосібної власності, а й породжує нові проблеми.

1. Сума грошових накопичень може зростати лише до розмірів особистого доходу і взятих партнерами в борг коштів.

2. У партнерстві, так само як і в одноосібному володінні, власники несуть необмежену відповідальність за свою господарчу діяльність. Кожен з партнерів особисто відповідає за борги підприємства і мусить розплачуватися особистим майном у разі її збанкрутування. Кожний партнер несе відповідальність за всі невдалі рішення: як власні, так і своїх партнерів. У разі банкрутства кожний з учасників може втратити більше, ніж уклав у справу. Партнер (власник), якому належить 1% власності підприємства, відповідає так само, як і ті, кому належить решта 99% (це, звичайно, не стосується товариства з обмеженою відповідальністю). Значні ускладнення виникають також під час реорганізації підприємства, переорієнтації його на інше виробництво.

3. Партнерство може бути ризикованим за умови помилкових рішень та дій когось із партнерів.

4. Недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів. Розбіжність інтересів може призвести до згорання виробництва і навіть краху підприємства. Поділ влади, коли декілька власників беруть участь в управлінні, може призвести до несумісності інтересів, до неузгодженої політики або бездіяльності, коли потрібні рішучі дії. Ще гірше, коли партнери розходяться з головних питань, це ускладнює процес управління.

5. Зростає ймовірність особистих конфліктів між партнерами (власниками бізнесу).

6. Існує потенційна загроза конкуренції між найманими робітниками за статус партнера.

7. Тривалість діяльності партнерства непередбачувана. Вихід з партнерства або смерть партнера, як правило, тягнуть за собою розпад бізнесу. В цьому разі інші учасники або третя особа зобов'язані викупити його частку в статутному капіталі підприємства, бо інакше забрати цей внесок неможливо.

Партнерська форма організації підприємницької діяльності доцільна для підприємців, які прагнуть збільшити свої фінансові можливості та бажають співпрацювати з компаньйонами.

Третьою формою підприємницької діяльності з корпоративне підприємництво.

Корпоративне підприємництво – це правова форма організації бізнесу, засноване на пайовій участі в капіталі об'єднання, юридичні права і

зобов'язання якого відособлені від прав і зобов'язань його учасників. Головна економічна особливість корпоративного підприємництва полягає в тому, що воно виступає закінченою формою відокремлення власності від управління і економічно і юридично відокремлено від її засновників та учасників.

Корпорація – це зареєстрована у встановленому порядку юридична особа, власниками якої є акціонери, які несуть обмежену відповідальність по її боргах залежно від їхнього внеску в акції.

Особливості корпоративного підприємництва:

- 1) має право на економічну діяльність, володіння власністю та її продаж, складання контрактів, одержання кредитів;
- 2) право володіння корпорацією окремими особами визначається кількістю акцій – часткою капіталу;
- 3) акціонери можуть вільно продавати і купувати акції за ринковою ціною.

Більш детально про діяльність акціонерних товариств розглянуто у темі 10.

Корпорація – провідна форма сучасного підприємництва. Власниками корпоративного підприємства виступають численні акціонери, між якими розподілена вся власність підприємства. Кожний учасник-акціонер відповідає у межах своєї частки за майно корпорації. Від імені своїх вкладників корпорації, як юридичні особи, можуть купувати ресурси, виробляти та продавати продукцію, брати в борг, надавати кредити, укладати контракти. Весь прибуток корпорації належить її акціонерам. Виокремлюють дві його частини. Одна частина розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга – це нерозподілений прибуток, що використовується на подальший розвиток корпорації. Функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) і менеджерами.

Корпорація буває двох типів: приватна і державна (коли значна частка її активів належить державі).

Корпоративна форма організації підприємництва склалася в кінці XIX ст. Вона стала тією формою, яка, з одного боку, розширила базу залучення фінансових коштів, забезпечивши мобілізацію капіталів, а з іншого – обмежила рівень особистого ризику, надзвичайно збільшення у зв'язку з масштабними фінансовими вкладеннями.

Щоб зрозуміти, чому корпоративному підприємству належить провідне місце у ринковій економіці, розглянемо його *переваги*.

1. Корпоративне підприємство – найефективніша форма залучення необхідних інвестицій. Саме через ринок цінних паперів (фондову біржу) воно може об'єднувати різні за розмірами капітали великої кількості фізичних і юридичних осіб для фінансування сучасних напрямів науково-технічного й організаційного прогресу, нарощування виробничого потенціалу.

2. Співвласники корпорацій (власники акцій) несуть обмежену відповідальність, тобто їх особисте майно не ставиться під загрозу навіть у разі банкрутства. Людина може вкласти гроші в десяток корпорацій і при цьому мало чим ризикує, крім цих грошей.

3. Корпоративне підприємництво має кращі можливості для організації виробництва й управління ним. Воно може використовувати технології масового виробництва, що зменшує витрати на одиницю продукції. У корпораціях розвиваються спеціалізація та кооперування виробництва. У них народився і вдосконалюється менеджмент – наукові методи управління виробництвом та реалізацією продукції.

4. Корпорація – найстабільніша форма організації бізнесу. Акціонери можуть входити в корпорацію та залишати її за власним бажанням. Корпорація, як юридична особа, існує незалежно від своїх співвласників, які постійно змінюються. Це дає можливість перспективного планування, гарантує підтримку банків та уряду.

5. Корпорація – це форма організації підприємництва, яка може функціонувати тривалий час (постійно), що створює необмежені можливості для перспективного розвитку.

Корпоративна форма організації підприємницької діяльності, як і всі інші, має *недоліки*.

1. Досить складна процедура реєстрації. Реєстрація статуту корпорації пов'язана з деякими бюрократичними процедурами і витратами на юридичні послуги, і звітності перед державними органами та подвійне оподаткування.

2. Відокремлення власників (акціонерів) від поточного управління корпорацією. Мають місце певні розбіжності між функціями власності і контролю, що негативно впливає на необхідну гнучкість оперативного управління корпорацією. Розподіл функцій власності та контролю може призвести до виникнення соціальних суперечностей (конфліктів) між менеджерами та акціонерами корпорації.

3. Корпорація сплачує більші податки в розрахунку на одиницю отриманого прибутку, ніж інші організаційні форми бізнесу. Адже оподаткуванню підлягає спочатку отриманий корпорацією прибуток, а потім – дивіденди акціонерів, тобто фактично існує проблема подвійного оподаткування.

4. У корпоративній формі організації бізнесу існують потенційні можливості для зловживань з боку посадових осіб. Наприклад, керівництво корпорацій може організовувати емісію акцій для покриття збитків, спричинених безгосподарністю певних структурних ланок.

Кожна з трьох форм організації підприємницької діяльності має переваги ті *недоліки* (обмеження), які враховує підприємець, розпочинаючи свою справу. Вибір форми підприємництва залежить від мети та фінансових потреб конкретного напряму підприємницької діяльності.

5.2. Малий бізнес

Малий бізнес є органічним структурним елементом ринкової економіки. Цей сектор історично і логічно відігравав роль необхідної передумови створення ринкового середовища. Ця специфіка та своєрідне функціональне призначення малого бізнесу набуває особливого значення для країн, які йдуть шляхом відтворення ринкової системи господарювання. Здатність малого бізнесу до структуроутворення ринку висуває завдання його відродження та спрямовує до першочергових заходів реформування економіки України на перехідному етапі.

Мале підприємництво – це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств (юридичних осіб) та фізичних-осіб підприємців, яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу.

Малі підприємства – це організаційно-економічний вид підприємств, які згідно зі ст.55 Господарського Кодексу України кваліфікуються за показником чисельності зайнятих працівників та обсягу валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за звітний період.

Суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

Суб'єктами мікропідприємництва є:

1) фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

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

Суб'єктами малого підприємництва є:

1) фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи - підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

2) юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за

звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Мале підприємництво є найбільш динамічним елементом структури національного господарства. Його роль у житті суспільства при ринковій системі господарювання полягає в тому, що воно: є одним із провідних секторів економіки; формується на засадах дрібнотоварного виробництва; визначає темпи економічного розвитку, структуру і якісну характеристику ВВП; здійснює структурну перебудову економіки, характеризується швидкою окупністю витрат, свободою ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживчими товарами і послугами повсякденного користування, а, отже, і попиту, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції (рис. 5.2).

МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО	
це:	— провідний сектор ринкової економіки; — основа дрібнотоварного виробництва
визначає:	— темпи економічного розвитку; — структуру та якісну характеристику внутрішнього валового продукту; — ступінь демократизації суспільства
здійснює	структурну перебудову економіки
характеризується:	— швидкою окупністю затрат; — свободою ринкового досвіду; — високою мобільністю; — раціональними формами управління
забезпечує:	— насичення ринку товарами та послугами; — реалізацію інновацій; — додаткові робочі місця
формує:	— соціальний прошарок підприємців-власників; — основу середнього класу
сприяє:	— послабленню монополізму; — розвитку конкуренції

Рис. 5.2 – Роль та значення малого підприємництва

Роль і функції малого бізнесу полягають не тільки в тому, що він є одним з найважливіших дійових факторів економічного розвитку суспільства, яке спирається на ринкові методи господарювання. Його важливою функцією є сприяння соціально-політичній стабільності суспільства, тобто він відкриває простір вільному виборові шляхів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення власного добробуту підприємця.

Місце малого підприємництва в національній економіці найкраще проявляється через його *функції*:

1) формування конкурентного середовища великому капіталові, тенденції до монополізації та затримці технічного прогресу;

2) оперативно реагує на зміни кон'юнктури ринку; надає ринковій економіці необхідної гнучкості;

3) сприяння швидкому розвитку НТП; здійсненні прориву з ряду важливих напрямків НТП, передусім, в галузі електроніки, кібернетики, інформатики;

4) вагомий внесок у вирішенні проблем зайнятості: поглинання надлишкової робочої сили під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки, створення нових робочих місць;

5) пом'якшення соціальної напруги і демократизації ринкових відносин шляхом формування середнього класу в суспільстві.

Малі підприємства виконують найважливішу роль у державі – надають громадянам країни робочі місця, створюють реальні джерела їх доходів, забезпечують виробництво товарів, виконання робіт і надання послуг для населення за доступними цінами та збільшують дохідну частину бюджетів, особливо місцевих. Велике значення має здатність малих підприємств розширювати сферу застосування праці, створювати нові можливості не тільки для працевлаштування, але насамперед для підприємницької діяльності населення, розгортання його творчих сил і використання вільних виробничих потужностей.

Разом з тим під час реформування соціально-економічної системи мале підприємництво виконує й інші *специфічні функції*:

- сприяє формуванню численних суб'єктів ринкового господарства, насамперед недержавного сектора економіки, шляхом стимулювання ділової активності населення і народження нової соціальної верстви підприємців-власників, які становлять соціальну базу економічних реформ;

- сприяє процесам первісної демонополізації, приватизації та роздержавлення економіки, стимулювання розвитку економічної конкуренції;

- вивільнює державний сектор від виробництва нерентабельної для нього дрібносерійної та штучної продукції і тим самим підвищує ефективність діяльності великих підприємств, великого підприємництва;

- надає робочі місця вивільненим з державного сектора верствам населення, сприяючи подоланню прихованого безробіття;

- долає властиві економікам постсоціалістичних країн, у тому числі й України, консерватизм, інертність та слабку сприйнятливність до технічних досягнень, стимулює впровадження інновацій;

- насичує національний ринок та активізує споживчий попит.

Малий бізнес у країнах з розвинутою ринковою економікою є наймасовіший, провідний сектор, який визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику валового національного продукту, є основою сучасної ринкової інфраструктури. В наших умовах розвиток мережі підприємств малого бізнесу необхідний як для створення в економіці нормальних конкурентно-ринкових відносин, так і з метою активізації структурної перебудови, насамперед на користь розвитку виробництва товарів народного споживання, торгівлі, громадського харчування, сфери послуг, де переваги малих підприємств виявляються особливо рельєфно.

Позитивними рисами малого підприємництва є:

1) гнучкість, яка виражається в швидко реагуванні на зміни, що відбуваються на ринку, швидко реагують на зміни кон'юнктури ринку;

2) мобільність, впровадження прогресивних методів господарювання. Малий бізнес швидко і без негативних наслідків може змінити свої виробничі програми, освоїти виробництво високорентабельних товарів, що користуються попитом, відмовитися від випуску нерентабельної продукції.

3) на долю малого бізнесу припадає значна частина інноваційних (передових) технологій, внаслідок чого саме вони стають локомотивами, здатними вивести на передові позиції навіть економічно відсталу країну;

4) забезпечення соціальної стабільності, насичення ринку праці новими робочими місцями, створення додаткових робочих місць і скорочення безробіття.

В сучасних умовах розвиток мережі підприємств малого бізнесу необхідний як для створення в економіці нормальних конкурентно-ринкових відносин, так і з метою активізації структурної перебудови, насамперед на користь розвитку виробництва товарів народного споживання, торгівлі, громадського харчування, сфери послуг, де переваги малих підприємств виявляються особливо рельєфно. Не менш важлива роль підприємств такого типу і при безробітті для створення нових робочих місць, а також з погляду можливостей насичення споживчого ринку. Це найбільш дешевий шлях переходу до ринку.

Хоч у малому бізнесі існують значні переваги порівняно з великими, в них є також серйозні *недоліки*. Причини цих недоліків різні.

1. Неоднаковий доступ до ресурсів. Малі підприємства не завжди конкурують з великими, перебуваючи з ними в неоднакових умовах. Насамперед це стосується ринку капіталів. Банки й інші джерела позичок сприймають малий бізнес як більше ризикований, ніж великий. Малі підприємства не користуються знижкою, яку надають оптовим постачальниками.

2. Відсутність ефекту масштабу. Вважають, що бізнес досягає економії, зумовленої масштабом виробництва, якщо його середні витрати на одиницю продукції знижуються, а рівень виходу продукції зростає. Відсутність ефекту масового виробництва є однією з головних причин того, що малий бізнес становить невелику частину в обробній промисловості.

3. Відсутність внутрішньої спеціалізації. Спеціалізація може бути перевагою малого підприємства, що розпочинає свою діяльність на малих ринкових сегментах, які нехтують великі підприємства. Однак малі підприємства багато втрачають від того, що в них немає внутрішньої спеціалізації. Власникам малих підприємств доводиться носити одразу «кілька портфелів».

Вирішення існуючих проблем розвитку малого бізнесу в Україні, створення відповідного середовища потребує перебудови державної політики щодо сприяння цьому сектору економіки. Обґрунтування напрямів державної підтримки малого підприємництва надається у темі 3.

5.3. Соціальне підприємництво

Хоча терміну «соціальне підприємництво» всього декілька десятиліть, однак, сутність цього явища набагато старша.

Діяльність деяких видатних людей може служити прообразом соціального підприємництва, дослідники відносять:

- Флоренс Найтингейл, засновниця першого училища для медсестр у Великобританії, що розробила прогресивні стандарти роботи медсестр і що сприяла їх широкому поширенню;

- Роберт Оуен, засновник кооперативного руху;

- Винобу Бхаве, засновника індійського руху «Земля в дар», і багатьох інших.

Бурхливий розвиток соціального підприємництва, спочатку як ідеї, яка притягала усе більше число прибічників, потім у вигляді концепції зі своєю термінологією і теоретичною базою, припало на 1980-1990 роки.

На два останні десятиліття XX століття припало вибухове зростання некомерційних організацій (НКО).

Якщо на початок 1980-х років число НКО у всьому світі не перевищувало 100 тис, більшість яких складали американські НКО, то до кінця 1990-х їх налічувалися мільйони, причому саме США стали основним «центром зростання». В результаті виник новий багатомільярдний сектор економіки - цивільний, або, як його часто називають, третій сектор, разом з державним і приватним секторами. Поштовхом до його появи стала концепція «*нового федералізму*», представлена адміністрацією Рейгана в середині 1980-х, коли була зроблена спроба понизити чисельність федерального уряду і скоротити його бюджет. Відповідальність за багато соціальних послуг була перекладена на регіони.

При цьому численні «добродійні організації» (НКО) втратили своє головне джерело фінансування, і в умовах попиту, що виріс, на їх послуги

виявилися вимушені шукати заробіток. Це і привело до виникнення феномену соціального підприємництва в його сучасному вигляді.

Існують фундаментальні причини підйому соціального підприємництва в багатьох країнах світу:

- в зростанні добробуту населення Землі;
- в підвищенні рівня грамотності, інформованості і правосвідомості;
- в активізації феміністських і інших правозахисних рухів;
- в консолідації інших соціальних груп і співтовариств;
- вирішальну роль зіграла поява новітніх засобів зв'язку;
- у розвитку транспорту, фінансових інститутів.

В той же час, разом з усіма цими благами до величезного числа людей прийшло гостре усвідомлення недосконалості сучасного суспільства, а також глибоке розчарування в державних і приватних інститутах, нездібних, на їх думку, впоратися з викликами часу. Результатом стало прагнення громадян змінити життя до кращого своїми силами.

Терміни «соціальне підприємництво» (англ. Social entrepreneurship) і «соціальний підприємець» (англ. Social entrepreneur) уперше згадуються у 1960-1970-х роках в англomовній літературі, присвяченій питанням соціальних змін. Вони стали широко вживаними в 1980-х роках, завдяки популяризації з боку загальновизнаного «гуру» соціального підприємництва, американця Білла Дрейтона.

Соціальне підприємництво динамічно розвивається в європейських країнах, вирішуючи проблеми безробіття, соціального захисту тощо.

Соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, що спрямована на пом'якшення або вирішення соціальних проблем з головною місією – приносити користь суспільству. Воно виходить за рамки товарно-грошових операцій. Таким чином, соціальне підприємництво – це бізнес, який має подвійну мету своєї діяльності – отримання прибутку і рішення соціальних проблем. Звичайно, останнє є пріоритетом їх діяльності.

Складовими компонентами соціального підприємництва є **соціальні підприємства** – це підприємства, які діють за усіма законами бізнесу і приносять прибуток, тому не вважаються добродійною організацією. Воно поширюється на такі області, як освіта, охорона довкілля, боротьба з бідністю, захист прав людини і тому подібне. Прибутки соціального підприємства інвестують, головним чином, на розвиток бізнесу, громадські справи або на рішення гострих громадських проблем.

Якщо звичайні підприємці, як правило, оцінюють успішність своєї діяльності, орієнтуючись на прибуток, виручку або вартість акцій, то для соціального підприємця головним критерієм успішності стає «соціальна віддача». Прибуток також може братися до уваги, але не як самоціль, а швидше, як засіб для подальшого просування до досягнення соціальних або культурних цілей підприємства.

Основні критерії соціального підприємництва.

1. Чітко певна соціальна мета, соціальна або екологічна спрямованість діяльності на рішення конкретних соціальних проблем, стійкі позитивні соціальні результати;

2. Бізнес, неважливо якій, головне – щоб він був рентабельним; прибуткова діяльність, самоокупність і фінансова стійкість, сприяє до незалежності від зовнішнього фінансування.

Соціальне підприємництво – це працюючий бізнес, який першочергово орієнтований на вирішення конкретної соціальної проблеми. Це і є першою та однією з ключових відмінностей соціального підприємництва від традиційного комерційного бізнесу. Тут ідеться про бізнес із соціальною місією, тобто про застосування найкращих практик підприємницької діяльності до вирішення тих чи інших соціальних проблем. Це можуть бути проблеми різного роду: чи це стосується якоїсь вразливої групи осіб, наприклад, безробітних осіб похилого віку або людей з особливими фізичними чи розумовими потребами, чи подолання бідності, чи вирішення несприятливої екологічної ситуації регіону тощо.

3. Прибуток розподіляється в розширення діяльності і соціальні проекти; реінвестиція доходу в бізнес для вирішення соціальних проблем.

Традиційний бізнес працює на прибуток, тобто якомога менше витрат заради якомога більшого доходу. Соціальне підприємство – це прибуткова діяльність, коли отриманий чистий прибуток не присвоюється чи розподіляється між засновниками, а інвестується на досягнення соціальної мети, з якою це підприємство було створене.

4. Інноваційна діяльність, яка спрямована на застосуванні нових підходів для вирішення соціальної проблеми.

Ключова особливість соціального підприємництва – це інноваційність, тобто підприємство виготовляє якийсь новий продукт або послугу, яких ще ніколи не було на ринку, або для тих продуктів чи послуг, які вже існують, створюється якась нова додаткова цінність. Для прикладу, інноваційним продуктом можна назвати дерев'яну зубну щітку як альтернативу пластиковим зубним щіткам, використання яких допоможе уникнути великої кількості пластикових відходів.

5. Масштабованість і тиражованість, що передбачають збільшення масштабу діяльності соціального підприємства (на національному і міжнародному рівні) і поширення досвіду (моделі) з метою збільшення соціальної дії;

6. Підприємницький підхід – здатність соціального підприємця бачити провали ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому.

Оскільки держава не вирішує усіх соціальних проблем, вони накопичуються. Рішення багатьох з них упирається в гроші. Соціальний бізнес, як будь-який інший, їх робить. Але гроші для соціального підприємництва – інструмент для досягнення суспільно-корисних цілей; особисті вигоди – вторинні.

Соціальне підприємництво допомагає *вирішити соціальні проблеми*:

- 1) створюючи нові робочі місця для біженців, переселенців, інвалідів АТО, демобілізованих, сім'ям загиблих;
- 2) допомагаючи хворим або осиротілим дітям;
- 3) самореалізації людей з обмеженими можливостями;
- 4) організовувати і фінансувати психологічну і фізичну реабілітацію жертв насильства або військових дій;
- 5) сприяти соціалізації представників так званої групи ризику (алко- і наркозалежні);
- 6) підтримувати добродійні проекти або надавати адресну допомогу таким, що має потребу;
- 7) засновувати освітні або інноваційні проекти;
- 8) поліпшення благоустрою;
- 9) захистом екології, тварин і багато що інше.

Соціальне підприємництво часто плутають з соціальною або корпоративною відповідальністю.

Соціальна відповідальність бізнесу – це певні етичні практики, стандарти, рішення чи ініціативи компанії, які виражають відповідальне ставлення цієї ж компанії до свого персоналу, до належного виробництва свого продукту чи надання якісних послуг, до клієнтів, партнерів та всіх, на кого може вплинути діяльність самої компанії. В Україні найпоширенішими практиками корпоративно-соціальною відповідальності (КСВ) є розвиток і покращення умов праці персоналу, благодійна допомога, зокрема підтримка воїнів та мешканців зони АТО, підтримка екологічних проектів та інвестиції в розвиток регіону. При цьому важливо зазначити, що впровадження КСВ є добровільною практикою і підприємство само вирішує, як, коли, і в яким способом це зробити.

Соціальне підприємство, натомість, зобов'язується виконувати соціальну місію з самих початків свого створення. Кожен соціальний підприємець у статуті чи іншому установчому документі чітко вказує соціальну проблему, а також відсоток від доходу і в який спосіб регулярно його реінвестуватиме у вирішення цієї ж проблеми.

Ключова різниця між КСВ та соціальним підприємництвом полягає в бізнес-моделі. Якщо для звичайного бізнесу КСВ є добровільною і необов'язковою регулярною практикою, то соціальний підприємець будує свою бізнес-модель та операційну діяльність безпосередньо для досягнення соціальної мети. Приклад. Супермаркет бере на роботу декілька глухонімих, або пропонує покупцям екологічну упаковку. Це назвуть *соціальною відповідальністю*, а підприємство – *соціально-відповідальним*. У категорію соціальних воно не потрапляє, тому що головна мета діяльності власника – особистий надприбуток, а не рішення проблем людей з особливими потребами або захист екології. Приклад. Приватна пекарня, яка вирішила стати соціальною відповідальною, регулярно поставляє хліб дитячим установам і реалізує інші проекти для суспільства. Проте основна мета діяльності такої пекарні – отримання прибутку, а не рішення окремих соціальних проблем інтернатних

установ. Якщо Соціальна пекарня створюється відразу для вирішення конкретної соціальної проблеми, і це обов'язково прописується в статутних документах, тобто продаж хліба в цьому випадку є інструментом заробляння фінансових ресурсів, необхідних для реалізації соціальних проектів.

Соціальне підприємництво в Україні – абсолютно нова сфера діяльності, яка викликає великий інтерес серед різних груп небайдужих громадян і підприємців. Так що ж це за форма господарювання, в якій поєднуються несумісні що на перший погляд складові: соціальна і бізнесова.

Враховуючи соціально-економічне положення в нашій країні, *соціальне підприємництво стає надзвичайно актуальним* саме тому, що:

- все частіше обговорюється на різних рівнях, у тому числі державному і державних структур, в різних кругах громадян, серед підприємців і учених і, звичайно ж, звертає на себе увагу представників громадських організацій;
- використання підприємницьких підходів до рішення соціальних проблем дозволяє менше розраховувати на бюджет, тому як там ніколи не вистачає на це засобів;
- привертає до себе увагу грантодавачів, особливо зарубіжних;
- дозволяє брати участь в пільгових кредитних програмах.

Соціальне підприємництво має *позитивні ефекти* від діяльності, це:

- 1) допомога в подоланні соціальної ізоляції: сприяння працевлаштування людей з обмеженими фізичними і психічними можливостями, безробітних, представників груп ризику;
- 2) знаходження нових шляхів для реформування державних соціальних послуг;
- 3) залучення громадян до участі в соціальних ініціативах на волонтерських началах, об'єднання громад навколо соціальних проблем;
- 4) розширення видів соціальних послуг, які залишаються без уваги звичайного бізнесу у зв'язку з малоприбутковістю, непопулярністю, відсутністю належної професійної підготовки;
- 5) ефективніше використання наявних ресурсів регіону в рішенні соціальних проблем;
- 6) зниження навантаження на місцеві бюджети в рішенні соціальних проблем (актуально в умовах хронічного дефіциту бюджетних коштів);
- 7) сприяють формуванню сприятливого конкурентного середовища.

Кінцева мета соціального підприємництва – не отримання прибутку, а виробництво продукту або послуги, призначеної для вирішення громадської проблеми.

Соціальне підприємництво має наступні *компоненти*:

- 1) рішення соціальної проблеми, яка упродовж тривалого часу існує в суспільстві із-за обмеженого доступу до фінансових і політичних ресурсів;
- 2) розробка і впровадження механізму інноваційного рішення проблеми, яка порушує стабільний, але несправедливий баланс;
- 3) створення нового, стійкого балансу, вивільняє ресурси для згаданої цільової групи і припускає краще майбутнє не лише для цих людей, але і для суспільства в цілому.

Сьогодні соціальне підприємництво у всьому світі стало визнаним інноваційним способом рішення проблем економічного розвитку, подолання бідності, створення нових робочих місць, збереження навколишнього середовища.

Останніми роками на Україні соціальне підприємництво набуває все більшої популярності серед громадських організацій, як ефективний механізм рішення локальних соціальних і економічних проблем територіальних громад.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Форма підприємництва – це система норм, яка визначає внутрішні відносини між партнерами по підприємству, а також відносини даного підприємства з іншими підприємствами та державними органами.

Унітарна форма (одноосібне володіння) підприємницької діяльності – це підприємництво, коли власником є одна людина (підприємець) (він єдиний господар, але має право наймати інших працівників).

Партнерство (товариство) – це така форма організації підприємницької діяльності, яка передбачає добровільне об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків на основі рівності, спільного контролю результатів бізнесу, активної участі в його веденні.

Корпоративне підприємництво – це правова форма організації бізнесу, засноване на пайовій участі в капіталі об'єднання, юридичні права і зобов'язання якого відособлені від прав і зобов'язань його учасників.

Корпорація – це зареєстрована у встановленому порядку юридична особа, власниками якої є акціонери, які несуть обмежену відповідальність по її боргах залежно від їхнього внеску в акції.

Мале підприємництво – це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств (юридичних осіб) та фізичних-осіб підприємців, яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. Практично, це будь-яка діяльність зазначених суб'єктів господарювання

Соціальне підприємництво – це підприємницька діяльність, яка має подвійну мету своєї діяльності: отримання прибутку і вирішення певних соціальних проблем.

Соціальне підприємство – це підприємство, метою якого є вирішення соціальних проблем, прибутки якого спрямовуються головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи чи на вирішення гострих суспільних проблем.

Соціальний підприємець – це підприємець-прагматик, який прагне досягти широкомасштабних, систематичних і стійких соціальних змін.

Соціальна відповідальність бізнесу – це певні етичні практики, стандарти, рішення чи ініціативи компанії, які виражають відповідальне ставлення цієї ж компанії до свого персоналу, до належного виробництва свого продукту чи надання якісних послуг, до клієнтів, партнерів та всіх, на кого може вплинути діяльність самої компанії



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

24. Що таке форма організації підприємництва?
25. Які існують основні форми організації підприємницької діяльності?
26. Які принципи вибору форми організації підприємництва?
27. Які основні переваги та недоліки одноосібного підприємництва?
28. Які особливості організації підприємницької діяльності на основі партнерства?
29. Які основні переваги та недоліки партнерства?
30. Які основні переваги та недоліки корпоративного підприємництва?
31. Як класифікуються суб'єкти господарювання від кількості працюючих та доходів?
32. У чому полягає роль та значення малого підприємництва?
33. Які функції виконує мале підприємництво?
34. Які основні позитивні риси малого підприємництва?
35. Які основні проблеми розвитку малого підприємництва в Україні?
36. У чому полягають сутність та завдання соціального підприємництва на сучасному етапі розвитку України?
37. Хто з суспільних діячів може служити прообразом соціального підприємництва?
38. Коли почався бурхливий розвиток соціального підприємництва як ідеї?
39. Які причини сприяли розвитку соціального підприємництва у багатьох країнах світу?
40. Які основні функції виконує соціальне підприємництво?
41. Які основні критерії соціального підприємництва?
42. Чим відрізняється звичайний бізнес від соціального підприємництва?
43. Чим може допомогти соціальне підприємництво державі?
44. Чим відрізняється соціальне підприємництво від корпоративної відповідальності?
45. Які Вам відомі соціальні підприємства, які діють в Україні?
46. Чому соціальне підприємництво стає актуальним в Україні?
47. Які позитивні ефекти від діяльності має соціальне підприємництво?
48. Які підприємства можна вважати соціальними підприємствами?

49. Які основні труднощі розвитку соціального підприємництва в Україні Вам відомі?
50. На основі яких основних принципів здійснюється соціальне підприємництво?
51. Які перспективи має соціальне підприємництво в Україні?
52. Які проблеми вирішує соціальне підприємництво?
53. Які напрями повинні сприяти розвитку соціального підприємництва в Україні?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей.

1. **Основними формами підприємницької діяльності є:*
 - а) колективне;
 - б) одноосібне володіння;
 - в) партнерство;
 - г) спільне підприємство;
 - д) корпорація;
 - е) компанія.
2. ** Основними перевагами одноосібного володіння є:*
 - а) відносна простота заснування та ліквідації підприємства;
 - б) спеціалізація в менеджменті;
 - в) повна самостійність, свобода і оперативність;
 - г) максимум спонукальних мотивів діяльності;
 - д) обмежена відповідальність;
 - е) значні фінансові можливості.
3. *Партнерство – це:*
 - а) самостійне ведення справ, засноване на власності підприємця;
 - б) об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу прибутку та ризику;
 - в) незалежна юридична особа, підприємство, засноване на акціонерній діяльності.
4. *Критерії за якими поділяються підприємства на малі, середні, великі:*
 - а) за формою власності;
 - б) за формою організації;
 - в) за розміром;

г) за видом діяльності.

5. * *Доповніть основні критерії соціального підприємництва:*

- а) підприємницький підхід – здатність соціального підприємця бачити провали ринку, знаходити можливості, акумулювати ресурси, розробляти нові рішення, які надають довгостроковий позитивний вплив на суспільство в цілому;
- б) прибуткова діяльність, самоокупність і фінансова стійкість, що сприяє до незалежності від зовнішнього фінансування;
- в) реінвестиція доходу в бізнес на рішення соціальних проблем;
- г) _____;
- д) _____.

6. *Термін «соціальне підприємництво» означає:*

- а) підприємницьку діяльність на користь суспільства або громади;
- б) діяльність, спрямована на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг, яка здійснюється самостійно на свій ризик особою, зареєстрованою в установленому законом порядку як індивідуального підприємця.

7. *Для соціального підприємця головним критерієм успішності стає:*

- а) прибуток;
- б) дохід або вартість акцій;
- в) соціальна віддача;
- г) виручка від реалізації.

8. *Поняття: «соціальне підприємництво» та «соціальна або корпоративна відповідальність» тотожні:*

- а) ні;
- б) так.

9. *Основна відмінність між підприємництвом та соціальним підприємництвом визначається:*

- а) продукцією, що виробляється;
- б) метою діяльності;
- в) виручкою от реалізації;
- г) видом послуг, що надаються.

10. * *Соціальний бізнес вирішує проблеми (допишіть):*

- а) створення нових робочих місць;
- б) _____;
- в) _____.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

1. Сформууйте таблицю, яка характеризує стан розвитку малого і середнього підприємства (МСП) за останній рік.

2. Виберіть п'ять країн на ваш розсуд. Наприклад: Великобританія, Німеччина, Польща, Франція, Україна.

Стан розвитку малого і середнього підприємництва (МСП) у 202__ році

Країна	Кількість МСП, тис	Кількість МСП на 1000 чол. населення	Зайнято в МСП, млн чол.	Частка МСП у загальній кількості зайнятих, %	Частка МСП у ВВП, %

Питання до обговорення

1. На основі даних таблиці охарактеризуйте роль та значення малих підприємств.

2. Чим, на вашу думку, спричинено існування малих підприємств.

3. Обґрунтуйте положення про те, що мале підприємництво є провідним сектором ринкової економіки.

Завдання 2.

1. Сформууйте таблицю, яка характеризує кількість малих підприємств та зайнятих на них в Україні за останніх п'ять років.

Кількість малих підприємств та зайнятих на них в Україні
у 202__ - 202__ роках

Рік	Мілі підприємства, одиниць	Кількість зайнятих, тис. осіб

Питання до обговорення.

1. За даними таблиці розрахуйте динаміку змін кількості малих підприємств за зайнятих на них осіб в Україні за аналізований період.
2. Побудуйте графік цих змін та поясніть причину таких коливань.
3. Розрахуйте скільки чоловік у середньому припадає на одне мале підприємство за роками. Проаналізуйте тенденцію змін цього показника.

Завдання 3.

ТОВ «АБВ» надає послуги з прибирання приміщень. У своїй діяльності робітники підприємства використовують екологічно безпечні процеси і засоби для чищення.

Питання до обговорення.

1. Яке підприємство має статус – соціальне?
2. Чи є ТОВ «АБВ» соціальним підприємством?

Завдання 4.

Планується створення соціального підприємства, яке буде займатися розвитком активного туризму. Соціальне підприємство більшу частину доходів (60%) планує реінвестувати у власну діяльність, а решту коштів планується спрямовувати на соціальні цілі.

Питання для обговорення.

1. Які початкові кроки соціального підприємця, який приймається за бізнес-план свого соціального проекту?
2. Чим, на ваш погляд, бізнес-план соціального проекту відрізняється від традиційного бізнес-плану?
3. Які розділи бізнес-плану соціального проекту, на вашу думку, складати найскладніше? Що б ви запропонували соціальним підприємцям для подолання проблем при написанні такого бізнес-плану?

Завдання 5.

Вимірювання соціального впливу соціального підприємства, діяльність якого спрямовано на вирішення соціальних проблем, набуває все більшого значення.

Вимірювання соціального впливу викликає значні труднощі: для того, щоб зрозуміти, чи успішний бізнес – достатньо подивитись яку суму прибутку він приносить. Але як визначити ефективність соціального підприємництва чи проекту, який бореться з безробіттям, відстоює права людини чи турбується про екологію?

Питання для обговорення.

1. Що таке соціальний вплив. Чи є показники, які вимірюють соціальний вплив?
2. Які бізнес-інструменти допоможуть збільшити соціальний вплив соціального підприємництва?
3. Як громадська чи благодійна організація може збільшити свій соціальний вплив за допомогою соціального підприємництва?
4. Який метод ви б порекомендували соціальному підприємцю для кількісної оцінки і монетизації свого впливу?
5. Які заходи щодо підвищення ефективності маркетингу або інформування про свій соціальний вплив ви запропонували починаючому соціальному підприємцю?

Завдання 6.

Чи повинно бути державна підтримка соціального підприємництва?

Ситуація:

Соціальне підприємництво на Україні нині не має особливого статусу, передбаченого законодавством. У 2014-2015 роках українське підприємництво в цілому випробовувало на собі вплив наслідків озброєного конфлікту на сході країни. Політична нестабільність, з одного боку, негативно позначається на соціальному підприємстві, з іншої – несе з собою позитивні тенденції, пов'язані із збільшенням кількості організацій і підприємців, що надають допомогу біженцям і вимушеним переселенцям, створюють для них нові робочі місця. Термін «соціальне підприємництво» означає підприємницьку діяльність на користь суспільства або громади. Також слід звернути увагу на ще два ключові поняття - це «соціальне підприємство» і «соціальний підприємець».

Складовими компонентами соціального підприємництва є соціальні підприємства – це підприємства, які діють за усіма законами бізнесу і приносять прибуток, тому не рахуються добродійною організацією. Воно поширюється на такі області, як освіта, охорона довкілля, боротьба з бідністю, захист прав людини і тому подібне.

Соціальне підприємство - це бізнес, метою якого є рішення соціальних проблем. Прибутки соціального підприємства прямують головним чином на розвиток бізнесу, громадські справи або на рішення гострих громадських проблем. Таке підприємство діє за усіма законами бізнесу і приносить прибуток, тому не рахується добродійною організацією. Воно поширюється на такі області, як освіта, охорона довкілля, боротьба з бідністю, захист прав людини і тому подібне.

Соціальними підприємствами називаються підприємства, де не менше половини зайнятих працівників відносяться до соціально незахищених груп населення, і в тому ж об'ємі їх послугами користувалися б представники соціально незахищених категорій громадян. Підприємства повинні інвестувати отриманий прибуток на реалізацію соціальних проектів.

Питання до обговорення.

1. Сутність та завдання соціального підприємництва на сучасному етапі розвитку України.
2. Які причини сприяли розвитку соціального підприємництва у багатьох країнах світу?
3. Надайте визначення двом принципово різним поглядам на соціальне підприємництво.
4. Охарактеризуйте основні критерії соціального підприємництва.
5. Чим відрізняється звичайний бізнес від соціального підприємництва?
6. Чим може допомогти соціальне підприємництво державі?
7. Чим відрізняється соціальне підприємництво від корпоративної відповідальності?
8. Наведіть приклади соціальних підприємств в Україні.
9. Чому соціальне підприємництво стає актуальним в Україні?
10. Які позитивні ефекти від діяльності має соціальне підприємництво?
11. Назвіть основні труднощі розвитку соціального підприємництва в Україні.
12. Які перспективи має соціальне підприємництво в Україні?
13. Сформулюйте механізм сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Одноосібне володіння як початкова форма підприємницької діяльності.
2. Основні переваги та недоліки форм підприємницької діяльності.
3. Місце і роль малого підприємництва в ринковій економіці.
4. Переваги та недоліки малого підприємництва.
5. Проблеми становлення та розвитку малого підприємництва у вашому регіоні.
6. Проблеми фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні.
7. Світова історія розвитку соціального підприємництва.
8. Основні світові діячі соціального підприємництва.
9. Різні погляди на визначення соціального підприємництва.
10. Сутність та концепція соціального підприємництва.
11. Проблеми, які вирішує соціальне підприємництво.
12. Різниця між підприємництвом і соціальним підприємництвом.
13. Орієнтири соціального підприємництва.
14. Приклади діяльності соціальних підприємств за кордоном.
15. Приклади діяльності соціальних підприємств в Україні.
16. Ефективні практики соціального підприємництва в Україні та світі.

17. Організаційно-правові форми соціальних підприємств.
18. Підходи до класифікації соціальних підприємств.
19. Характерні риси соціального підприємства.
20. Порівняльна характеристика соціального підприємства з іншими організаціями.
21. Класифікація соціальних підприємств за ступенем фінансової спроможності.
22. Труднощі становлення соціального підприємництва в Україні.
23. Проблеми та перспективи соціального підприємництва в Україні.
24. Значення інновації у соціальному підприємстві.
25. Основні джерела фінансування стартапів соціальних підприємств у міжнародній практиці та особливості їх використання в Україні.
26. Сутність волонтерства.
27. Механізм сприяння розвитку соціального підприємництва в Україні.
28. Соціальна відповідальність у бізнесі.
29. Сутність фандрейзингу.
30. Технології фандрейзингової діяльності в соціальному підприємстві.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України від 19.02.2016 р. № 436-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 р. № 514-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
3. Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні». Згідно з Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 4618-VI (редакція від 10.12.2020 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>
4. Варналій З.С. Основи підприємництва: навч. посіб. Вид. 3-тє, випр. і доп. Київ, 2006. 350 с.
5. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / А.А. Свинчук А.А. та ін. Київ, 2017. 188 с.
6. Смаль В., Кокоть В. Що слід знати про соціальне підприємництво. Посібник. Київ, 2017. 58 с.

ТЕМА 6

ОСОБИСТІ ЯКОСТІ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

- 6.1. Якості підприємця, які сприяють успіху в бізнесі.
- 6.2. Емоційний інтелект як важлива складова досягнення успіху.
- 6.3. Історії успішних людей, кар'єра яких розпочалася з невдач.



Основні поняття та терміни: емоційний інтелект, внутрішньоособистісний та міжособистісний аспекти емоційного інтелекту, «можутність бажань», потужний внутрішній імпульс, відвага в бізнесі, екзистенціальна тривога, креативність, самоусвідомлення, самоконтроль, навички комунікації, емпатія, внутрішня мотивація, «емоційний менеджмент».

6.1. Якості підприємця, які сприяють успіху в бізнесі

Успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від підприємця, який є ініціатором підприємницької діяльності, а найчастіше організатором та виконавцем робіт одночасно. Тому багато уваги надається вивченню ділових якостей підприємця.

Дослідниками підкреслюється, що досягнення високих результатів в діяльності сприяють такі якості, як віра в значущість і важливість своєї справи, розуміння своєї місії, висока працездатність, ентузіазм, віра в себе, постійне прагнення до розвитку і самовдосконалення, внутрішня свобода.

У психології зібрані унікальні приклади історій злету та падіння представників різних професій, у тому числі й підприємців. Широко відомий висновок, до якого прийшов А. Маслоу, аналізуючи історії життя успішних людей. Він показав, що саме висока мотивація досягнення, прагнення до успіху визначають реальні результати діяльності успішних людей.

М. Вудкок та Д. Френсіс одними з перших в менеджменті узагальнили та систематично виклали перелік якостей, що сприяють успіху в управлінні бізнесом.

1. Вперте твердження своєї особистості. Ця психологічна особливість зазвичай проявляється дуже рано, але зовсім не обов'язково високими оцінками за навчання. Скоріше, вона виражається в прагненні не пристосовувалися під оточуючих, а йти до власної мети, не пасуючи перед перешкодами.

2. Здатність контактувати з оточуючими. Основа цієї здатності – вміння зрозуміти психологічні особливості співробітників й суперників та правильно використовувати цю інформацію.

3. Фізична витривалість.

4. Здатність точно передбачити, як будуть розвиватися події.

5. Особлива гнучкість. Здатність розуміти, коли треба визнати свою поразку або піти на розумний компроміс. Він уміє при необхідності бути наполегливим, але не засмучується стосовно невдачі, оскільки впевнений у своєму успіху.

6. Здатність переконувати інших.

7. Творча активність – це одне з найважливіших якостей людей, що демонструють високу успішність.

Серед окремих якостей особистості, які визначають творчу активність, можна виділити такі групи: прагнення до нового; критичність мислення; здатність до перетворень; прагнення до творчості.

1. *Прагнення до нового* характеризується наступним набором показників: здатність до фантазії; творча уява; здатність створювати нові образи (у тому числі фантастичні, нестандартні); здатність виявляти нові зв'язки між елементами творчого завдання за подібністю, суміжності й контрастом.

2. *Критичність мислення* розкривається наступним набором показників: незалежність суджень; здатність користуватися об'єктивними критеріями; вміння знаходити причини своїх помилок та невдач; здатність формулювати оціночні судження.

3. *Здатність до перетворень* характеризується такими показниками: вміння аналізувати, порівнювати, виділяти головне та другорядне; вміння описувати й давати визначення, пояснювати, доводити, обґрунтовувати; вміння систематизувати та класифікувати; здатність генерувати ідеї, висувати гіпотези, бачити протиріччя; здатність здійснювати перенесення знань й умінь.

4. *Прагнення до творчості* включає в себе наступні основні показники: інтерес до професійної творчості; прагнення до творчості; прагнення до лідерства; прагнення до отримання високої оцінки з боку колег.

М. Мелія на основі спостереження та узагальнення індивідуальних біографій найбільш успішних представників бізнесу виділила такі особистісні якості, які допомогли їм добитися успіху, стати багатими і впливовими.

1. «Могутність бажань», що означає масштаб бажань, своєрідна одержимість великою метою. Лідери бізнесу не бояться мріяти. У них масштабні бажання та ясні цілі, підкріплені абсолютною вірою в свій успіх.

2. Потужний внутрішній імпульс. Це означає, що люди керуються власними принципами, мотивами та ставлять цілі без зовнішніх стимулів. Притаманна для них модель життя: «захотів – зробив».

3. «Невиправданий оптимізм». Представники бізнесу розцінюють свої шанси вище, ніж шанси інших, вірять у свої сили та вважають, що у них здатності краще, ніж у більшості інших людей. Їх відрізняє висока стійкість до невдач, навіть великим. Невдачі спонукають їх до мобілізації всіх життєвих ресурсів. Невдача – це досвід про ще один спосіб вирішення задачі, який не працює. Вони переконані, що будь-яка мета може бути досягнута.

4. Відкритість реальним фактам, в поєднанні з вірою в перемогу. Труднощі викликають у них лише азарт, вони виходять з боротьби сильнішими.

5. Компетентність в часі, тобто жити справжнім, а не майбутнім чи минулим, реалістичність в оцінці перспектив, вміння пов'язувати поточні

завдання зі стратегічними планами, легко оперувати часом як минулим, так і майбутнім, використовують невдачі як трамплін для майбутніх досягнень.

6. Чорно-біле сприйняття світу, тобто цілеспрямованість, уміння все підпорядковувати досягненню мети, сортувати всі життєві ситуації за принципом «потрібно – не потрібно». Сприйняття світу при цьому спрощується, стає в якійсь мірі чорно-білим (або засоби для досягнення цілей, або перешкоди).

7. Харизма, сильна енергетика, лідерство. Харизматична людина може впливати на думки та дії інших людей.

8. Схильність до ризику, змінам. Вони кожен день можуть приймати багато ризикованих, небезпечних, авантюрних рішень та не відчувати при цьому страху, а навпаки, отримувати задоволення, беручи на себе відповідальність за справу й за людей.

9. Відповідальність та моральні межі. Відвага в бізнесі – це поєднання ризику з відповідальністю, оскільки ціна багатьох рішень дуже висока. Тому підприємцям властиво загострене почуття відповідальності за свої слова, справи, за людей, які їм довіряють. У них є власний звід правил, певні етичні принципи, внутрішні норми, моральні межі, за які не можна переступати. Дотримання цих правил дуже важливо для ділової репутації.

10. Ясність мислення та безальтернативність рішень. Успішні люди, поки рішення не прийнято, відкриті до обговорення, діалогу, відверті та уважні, але як тільки рішення прийнято – воно більше не обговорюється, вся увага зосереджується на реалізації рішення, досягненні поставленої мети.

11. Раціональне ставлення до грошей, тобто гроші повинні постійно працювати згідно стратегічним орієнтирам. Тому підприємець завжди чітко знає, куди він вкладе гроші – у виробництво, розвиток, як розподілить отриманий прибуток. Гроші для підприємця – це ресурс.

12. Ставлення до бізнесу – спосіб самореалізації, тобто можливість проявити себе в чомусь новому та значимому для себе.

13. Демократичність й скромність, тобто почуття реальності, вміння брати на себе більше відповідальності без зайвого галасу навколо власної персони. Такі люди міцно стоять на землі на відміну від тих, хто отримав бізнес у спадок.

14. Унікальність. Це означає, що в оточенні великих бізнесменів немає людей, подібних їм, порівнянних з ними за своїми особистими якостями. Вони інші, незалежні і нетрадиційні в поглядах, звичках й часто сприймаються іншими як ексцентричні люди. Вони дозволяють собі бути впертими, дратівливими, холодними. Вони зосереджені на собі та своїх планах.

15. Екзистенціальна тривога, тобто постійне прагнення до більшого, у них є «психологічний вічний двигун». Вони досягли вершини піраміди потреб А. Маслоу, досягнувши одну мету, ставлять наступну.

Оскільки до успіху прагнуть багато людей, виникає бажання знайти формулу успіху, яка допоможе всім подолати свої невдачі та піднятися на новий рівень. Аналогічні спроби спостерігаються по відношенню й до інших сфер життя. Існує багато спроб формалізації факторів, які можуть привести до

успіху. Як приклад можна навести так звану магічну формулу успіху, яку запропонував Х. Маккей.

Шляхом аналізу життя та діяльності багатьох неординарних людей, котрі домоглися успіху у своїй діяльності, він виділив найважливіші психологічні характеристики успіху. Х. Маккей вважає, що, хоча всі люди володіють індивідуальними здібностями, завдяки яким кожен з нас є унікальним, можна виділити загальні характерні особливості людей, які допомогли їм домогтися успіху. На основі цих особливостей їм була побудована формула успіху, яка включає в себе суму таких компонентів: завзятість, визначення мети, зосередження зусиль. Якщо до цієї формули додати впевненість у собі, то успіх неодмінно прийде.

Формула успіху Х. Маккея представлена на рис. 6.1.

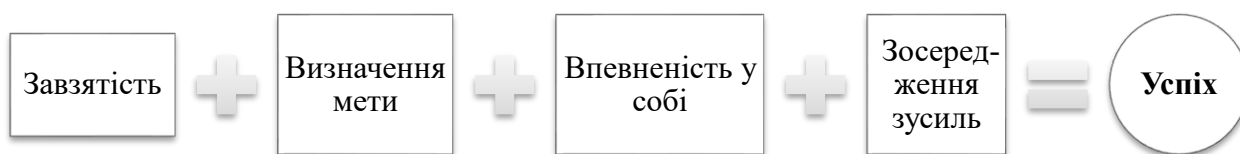


Рис. 6.1 – Формула успіху Х. Маккея

Виходячи з вищевикладеного, можна назвати певний список якостей, якими повинна володіти людина, що займається підприємницькою діяльністю. Як вони будуть у неї проявлятися, залежить від конкретної ситуації, але вона повинна бути готовою до того, що життя зажадає їх проявити. Отже, до таких якостей можна віднести такі.

1. Високий рівень емоційного інтелекту, який дозволяє налагодити відносини з різними, але потрібними для справи людьми. Бізнес – це суспільне підприємство, його неможливо будувати без людей.

2. Віра у власні сили, успіх та процвітання, впевненість у своїх силах, адекватна самооцінка.

3. Організованість, самодисципліна.

4. Планування та вміння досягати поставлених цілей.

5. Інтуїція.

6. Спостережливість, вміння помічати та аналізувати умови, ситуації, фактори, дає можливість знайти максимально точне рішення.

7. Відкритість до інновацій, вміння бачити на перспективу, розуміти потреби суспільства та реалізовувати їх.

8. Самоаналіз, який дозволяє не тільки виправити допущені помилки, запобігти можливим, але і поліпшити хід успішного бізнесу.

9. Гнучкість, важливо вміти вчасно адаптуватися під нові обставини, зуміти знайти в них свою вигоду та можливість.

10. Розумний ризик. Практично в будь-якій сфері діє жорстка конкуренція. Щоб в ній вижити, важливо вміти йти на ризик, але він повинен бути, перш за все, розумним.

11. Креативність – вміння не просто творчо мислити, але знаходити нестандартні рішення в складних ситуаціях, нові незвичайні ідеї.

12. Відсутність шаблонного мислення. Це те саме що креативності, але важливо не тільки знаходити нестандартні рішення, а й зуміти втілити їх в життя. Важливо зуміти їх втілити, не зважаючи ні на що.

Отже, кожна людина здатна до успіху. Практично всі з перерахованих вище особливостей можна змінювати та розвивати.

6.2. Емоційний інтелект як важлива складова досягнення успіху

Однією зі складових успіху виступає емоційний інтелект. Емоційний інтелект – це вміння розпізнавати свої та чужі емоції й керувати ними. Якщо IQ вимірює інтелектуальні, логічні та аналітичні здібності людини, то EQ – особисті та соціальні навички.

Наукову розробку теорія емоційного інтелекту отримала в 90-х роках ХХ століття в роботах американських вчених: Д. Карузо, П. Селовейя, Дж. Майєра. Вони розділили емоційний інтелект на 4 складові:

1. Вміння визначати свої і чужі емоції, знаходити відмінності між ними.
2. Вміння задіяти весь потенціал емоцій для вирішення конкретних завдань.
3. Здатність усвідомлювати кожну емоцію та розуміти, як вона виникає.
4. Вміння контролювати свої емоції та керувати ними.

Цю модель EQ спочатку взяли в роботу представники сфери бізнесу та економіки, віддаючи на обробку й реалізацію керівникам великих компаній. Але поступово історія зі значимістю емоційного інтелекту поширилася в сферу приватного життя.

У EQ простежується декілька рівнів. Перший – усвідомлення своїх емоцій, уміння визначити, яку емоцію відчуваєш на цей час, з'ясувати, які базові емоції покладено в основу складної емоції. Другий рівень – уміння керувати власними емоціями, визначати джерело та причину їх виникнення, ступінь корисності, змінювати інтенсивність емоцій, заміщати їх іншими. Третій – усвідомлення емоцій інших людей, визначення емоційних станів за вербальними і невербальними ознаками. Четвертий – управління емоціями інших людей, цілеспрямована дія на їх емоції. Звідси випливає, що емоційний інтелект – це самосвідомість, самоконтроль, соціальна чуйність та управління стосунками. Підприємець – лідер-тактик, здатний викликати у співробітників й партнерів необхідні відчуття та емоції на нетривалий час. А підприємець з високим рівнем емоційного інтелекту – не тільки тактик, але й стратег, у змозі керувати своїм емоційним станом та станом співробітників протягом тривалого часу.

Можна з упевненістю стверджувати, що емоційні ресурси організації настільки ж значущі, як інші види ресурсів. Існує поняття «емоційний менеджмент» – управління емоційними ресурсами компанії з метою підвищення ефективності бізнесу. Саме тому значна кількість компаній уводять в програми розвитку компетенцій співробітників курси з розвитку емоційної компетентності. Вирішальним для цих організацій не є питання, що це таке EQ і для чого це необхідно компанії, а те, як його розвивати.

У структурі емоційного інтелекту виокремлюють два аспекти – внутрішньоособистісний та міжособистісний. Перший характеризується такими компонентами, як самооцінка, усвідомлення власних почуттів, упевненість у собі, терпимість, самоконтроль, відповідальність, мотивація досягнень, оптимізм і гнучкість. Міжособистісний аспект містить емпатію, толерантність, комунікабельність, відкритість, діалогічність.

Психолог Деніел Гольман вважає, що існує п'ять обов'язкових складових емоційного інтелекту.

1. Самоусвідомлення, або здатність розпізнавати та розуміти свої емоції, є важливою частиною емоційного інтелекту. Тільки усвідомлюючи свої емоції, можна знати про вплив ваших власних дій, настрою й емоцій на інших людей. Для того, щоб виробити самоусвідомлення, необхідно контролювати свої емоції, розпізнаючи різні емоційні реакції, і потім правильно ідентифікувати кожен конкретну емоцію. Люди з самоусвідомленням бачать взаємозв'язок між почуттями та вчинками. Ці люди здатні визначити свої сильні сторони й свої межі, вони відкриті для нової інформації та досвіду, також вони вчаться під час взаємодії з іншими людьми. Гольман вважає, що у людей, що володіють самоусвідомленням, гарне почуття гумору, впевненість в собі й своїх здібностях, та є розуміння того, як їх сприймають оточуючі.

2. Самоконтроль. Крім усвідомлення своїх емоцій та впливу на інших, емоційний інтелект вимагає здатності керувати почуттями. Це не означає, що потрібно заблокувати та приховувати свої почуття – це означає чекати слушного часу й місця, щоб їх висловити. Самоконтроль передбачає вираження своїх емоцій адекватним чином. Люди з витримкою, як правило, гнучкі та добре адаптуються до змін. Вони здатні управляти конфліктами й вирішувати напружені або складні ситуації. Гольман вважає, що люди з сильними навичками саморегулювання також дуже сумлінні. Вони уважні до оточуючих та беруть на себе відповідальність за свої дії.

3. Навички комунікації. Здатність позитивної взаємодії з іншими людьми є ще одним важливим аспектом емоційного інтелекту. Істинне розуміння емоцій включає в себе більше, ніж просто визнання власних емоцій та почуттів інших людей. Необхідно, щоб ця інформація працювала у взаємодії та комунікаціях з людьми кожен день. У професійній сфері це означає, що переваги отримують ті підприємці, хто буде здатний побудувати контакт й взаємини з підлеглими, у той час як рядові працівники можуть скористатися перевагами свого ефективного зв'язку з керівниками та товаришами по службі. Ось кілька важливих соціальних навичок: активне слухання, вербальні навички

спілкування, невербальні комунікативні навички, лідерство та здатність переконувати.

4. Емпатія, або здатність зрозуміти, що відчувають інші, один з ключових чинників емоційного інтелекту. Емпатія означає більше, ніж просто здатність розпізнавати емоційний стан інших людей, вона також включає реакцію на основі цієї інформації. Чуйність також дозволяє людям відслідковувати негласні відносини, процеси, які відбуваються у різних спільнотах, особливо на робочих місцях. Компетентна у такій сфері людина здатна визначити сили, що мають вплив у різних соціальних відносинах, зрозуміти, як вони впливають на почуття та поведінку, й точно інтерпретувати різні ситуації, які залежать від такого впливу.

5. Внутрішня мотивація також грає ключову роль в емоційному інтелекті. Люди, емоційно багаті, керовані чимось за межами одних лише зовнішніх стимулів, таких як слава, гроші, визнання та схвалення. Замість цього у них є пристрасть для реалізації своїх внутрішніх потреб й цілей. Вони шукають щось, що веде до внутрішньої винагороди, їх надихає ця діяльність. Самовмотивовані люди, як правило, орієнтовані на конкретні дії. Вони встановлюють собі цілі, мають високу мотивацію в їх досягненні, та завжди шукають способи зробити це краще. Вони також схильні бути відданими своїй справі та легко беруть ініціативу на себе, коли перед ними поставлено завдання.

Цікавий факт: міжнародна тренінгова компанія Talent Smart уже декілька десятиліть проводить дослідження емоційного інтелекту. За її останніми даними, саме EQ на 58% визначає можливість кар'єрного розвитку в будь-якій сфері, високий EQ властивий 90% топ-менеджерів світових організацій і люди з високим емоційним інтелектом заробляють в середньому на 29 тис. дол. на рік більше, ніж їхні колеги з низьким EQ.

Існує і ряд інших теоретичних моделей емоційного інтелекту, але в основі вони мають схожі положення. Говорячи про застосування EQ в особистому та соціальному житті, сучасні психологи, узагальнюючи матеріал, представляють його у вигляді набору навичок 4-ох категорій.

1. Здатність прозоро та зрозуміло спілкуватися з людьми, вміти уважно слухати, висловлювати свої думки і очікування від співрозмовників, працювати в команді і ефективно її очолювати.

2. Вміння проявляти емпатію та відчувати себе в будь-якій компанії «як риба у воді».

3. Певне знання себе – особистих недоліків та переваг, адекватне їх сприйняття й вміння вибудовувати свій життєвий план на основі цього.

4. Майстерність керувати своїми емоціями, не допускати їх деструктивного впливу на власне життя, вміння «підлаштовуватися» під загальне середовище й зберігати міцні та тривалі відносини з людьми.

Отже, емоційний інтелект сприяє пошуку рівноваги між розумом та почуттями особистості, не дозволяє діяти під впливом емоцій і запобігає маніпулюванню з боку інших осіб. Емоційний інтелект особистості можливо розвивати й нарощувати, він є поглибленням емоційного й пов'язаних з ним форм практичного і творчого інтелекту, управління емоціями інших людей,

цілеспрямована дія на їх емоції. Звідси випливає, що емоційний інтелект – це самосвідомість, самоконтроль, соціальна чуйність та управління взаєминами між двома і більше опонентами, що позитивно впливає на розвиток особистості у сучасному суспільстві. Але слід зазначити, що не можна стверджувати, що лише розвинений емоційний інтелект – запорука успіху. Інтелектуальні здібності також грають свою роль. Лише тандем розвиненого інтелекту та емоційної чутливості допоможе досягти успіху в бізнесі.

6.3. Історії успішних людей, кар'єра яких розпочалася з невдач

Приклади з життя багатьох підприємців показують, що серед них зустрічається багато обдарованих і в той же час цілеспрямованих людей. Це люди, які віддають всі сили своїй справі, виявляють сильне бажання досягти високих результатів у своїй діяльності.

Генрі Форд, засновник легендарної Ford Motor Company, народився в сім'ї ірландських емігрантів та міг би продовжити фермерську династію, якби не його природна винахідливість й тяга до техніки. Він пройшов шлях від інженера-механіка в компанії Едісона, що поставляє електрику в будинки Детройта, до володаря 161 патенту, винахідника власної моделі «самохідного бензинового воза» й людини, яка вперше в світі реалізувала принцип конвеєрного збирання на виробництві.

Соічіро Хонда, прізвище якого носять найкращі моделі японської мототехніки, починав з нуля не один раз. Народжений в майже бідній родині сільського коваля, він після закінчення школи довгих 6 років працював учнем авторемонтної майстерні та збирав гроші, щоб відкрити власну справу. Талант механіка допоміг йому з часом заснувати власну компанію, запатентувати кілька винаходів та поставляти запчастини власного виробництва компанії «Тойота». Однак під час війни шкоди справі Хонди завдали бомбардування, а землетрус 1945 році зруйнувало його фабрику практично вщент. Соічіро не опустил рук та почав збирати спочатку мопеди, просто оснащуючи велосипеди моторами, а в 1948 році – розпочав виробництво мотоциклів. Завзятість працьовитого японця було винагороджено: зараз техніка Хонда продається по всьому світу, а добробут засновника компанії до кінця його життя обчислювалася мільйонами.

Рей Крок – людина, завдяки якій мережа McDonald's вийшла далеко за рамки містечка Сан-Бернардіно в Каліфорнії та стала такою, якою знають її в усьому світі. До 52 років його, літнього комівояжера, торговця стаканчиками й міксерами для закладів громадського харчування, не можна було назвати успішним за жодними мірками. Однак саме Рею прийшла в голову ідея викупити франшизу у братів Мака та Діка Макдональдсів, а пізніше – і права на торгову марку. Для цього він заложив житло й взяв кредит у банку. Рей Крок

продавав франшизи на всіх континентах, окрім хіба Антарктиди, й зумів заробити 600 мільйонів доларів.

Макс Левчин – людина, що створила одну з мегапопулярних світових платіжних систем PayPal. Киянин, який емігрував після розпаду СРСР в Чикаго, закінчив Іллінойський університет та тричі зазнавав невдачі зі стартапами, перш ніж запустив по-справжньому геніальну систему платежів. Продаж PayPal зробила Макса Левчина мільйонером.

Інгвар Кампрад, засновник ІКЕА, народився в невеликому шведському містечку й не мав ніяких передумов до того, щоб досягти слави одного з найбагатших людей планети. Крім, хіба, власної підприємливості. Ще в школі він пробував заробляти гроші, продаючи сірники, а в 17 років, зібравши грошей та частково взявши у батька, відкрив фірму з назвою ІКЕА. Спочатку ІКЕА пропонувала клієнтам всякі дрібниці типу кулькових ручок, але з часом, завдяки винахідливості Інгвара Кампрада, розрослася до неймовірних розмірів.

Гарланд Девід Сандерс, більш відомий під ім'ям Полковника Сандерса, засновник величезної мережі закусочних Kentucky Fried Chicken (скорочено KFC), так і не закінчив середньої школи, а ресторатором став в глибоко пенсійному віці. До того він був фермером, пожежником, агентом зі страхування та власником невеликої заправки, де пригощав своїми стравами друзів і клієнтів. Полковник Сандерс почув не одну сотню «ні» від потенційних франчайзі, але досяг своєї мети: KFC з її унікальною куркою в клярі стала другою за популярністю мережею громадського харчування після «МакДональдс».

Ян Кум, програміст, творець популярного месенджера WhatsApp, свого часу відчув увесь тягар емігрантського життя. Його мама поїхала в США з України в 1992 році разом з сином й спочатку підробляла нянею. Ян теж не цурався будь-якої роботи, мив підлогу в супермаркеті. Паралельно багато читав, цікавився комп'ютерною літературою. Університет Сан-Хосе він так і не закінчив, але зате вступив в хакерський клуб w00w00 та отримав роботу в Yahoo. У 2009 році разом з Брайаном Ектоном Ян придумав безкоштовний месенджер для смартфонів, який пізніше продав Марку Цукербергу за 19 мільярдів доларів.

Отже, у багатьох успішних людей не було значимої бази для старту. Ті, кому заздять мільйони, переживали невдачі, періоди безробіття та банкрутства. Однак у них високий рівень емоційного інтелекту та розвинені певні якості, необхідні для успіху: віра в себе та в свою справу, розуміння своєї місії, висока працездатність, ентузіазм, постійне прагнення до розвитку та самовдосконалення, внутрішня свобода тощо.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Емоційний інтелект – це вміння розпізнавати свої та чужі емоції й керувати ними. Якщо IQ вимірює інтелектуальні, логічні та аналітичні здібності людини, то EQ – особисті та соціальні навички.

Внутрішньоособистісний аспект емоційного інтелекту характеризується такими компонентами, як самооцінка, усвідомлення власних почуттів, упевненість у собі, терпимість, самоконтроль, відповідальність, мотивація досягнень, оптимізм і гнучкість.

Міжособистісний аспект емоційного інтелекту містить емпатію, толерантність, комунікабельність, відкритість, діалогічність.

«Могутність бажань» – це масштаб бажань, своєрідна одержимість великою метою. Лідери бізнесу не бояться мріяти. У них масштабні бажання та ясні цілі, підкріплені абсолютною вірою в свій успіх.

Потужний внутрішній імпульс – це керування лідерами бізнесу власними принципами, мотивами та постановка цілей без зовнішніх стимулів. Притаманна для них модель життя: «захотів – зробив».

Відвага в бізнесі – це поєднання ризику з відповідальністю, оскільки ціна багатьох рішень дуже висока, тому підприємцям властиво загострене почуття відповідальності за свої слова, справи, за людей, які їм довіряють. У них є власний звід правил, певні етичні принципи, внутрішні норми, моральні межі, за які не можна переступати. Дотримання цих правил дуже важливо для ділової репутації.

Екзистенціальна тривога – це постійне прагнення до більшого, у лідерів бізнесу є «психологічний вічний двигун», вони досягли вершини піраміди потреб А. Маслоу, досягнувши одну мету, ставлять наступну.

Креативність – це вміння не просто творчо мислити, але знаходити нестандартні рішення в складних ситуаціях, нові незвичайні ідеї.

Самоусвідомлення – здатність розпізнавати та розуміти свої емоції, є важливою частиною емоційного інтелекту. Люди з самоусвідомленням бачать взаємозв'язок між почуттями та вчинками. Ці люди здатні визначити свої сильні сторони й свої межі, вони відкриті для нової інформації та досвіду, також вони вчаться під час взаємодії з іншими людьми.

Самоконтроль – здатність чекати слушного часу й місця, щоб висловити свої емоції. Люди з витримкою, як правило, гнучкі та добре адаптуються до змін. Вони здатні управляти конфліктами й вирішувати напружені або складні ситуації.

Навички комунікації – здатність позитивної взаємодії з іншими людьми є ще одним важливим аспектом емоційного інтелекту. Істинне розуміння емоцій включає в себе більше, ніж просто визнання власних емоцій та почуттів інших людей. Необхідно, щоб ця інформація працювала у взаємодії та комунікаціях з

людьми кожен день. У професійній сфері це означає, що переваги отримають ті підприємці, хто буде здатний побудувати контакт й взаємини з підлеглими, у той час як рядові працівники можуть скористатися перевагами свого ефективного зв'язку з керівниками та товаришами по службі.

Емпатія – здатність зрозуміти, що відчують інші, один з ключових чинників емоційного інтелекту, включає реакцію на основі цієї інформації. Чуйність також дозволяє людям відслідковувати негласні відносини, процеси, які відбуваються у різних спільнотах, особливо на робочих місцях. Компетентна у такій сфері людина здатна визначити сили, що мають вплив у різних соціальних відносинах, зрозуміти, як вони впливають на почуття та поведінку, й точно інтерпретувати різні ситуації, які залежать від такого впливу.

Внутрішня мотивація – пристрасть для реалізації своїх внутрішніх потреб й цілей. Вони шукають щось, що веде до внутрішньої винагороди, їх надихає ця діяльність. Самовмотивовані люди, як правило, орієнтовані на конкретні дії. Вони встановлюють собі цілі, мають високу мотивацію в їх досягненні, та завжди шукають способи зробити це краще. Вони також схильні бути відданими своїй справі та легко беруть ініціативу на себе, коли перед ними поставлено завдання.

«Емоційний менеджмент» – управління емоційними ресурсами компанії з метою підвищення ефективності бізнесу.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Яким має бути підприємець?
2. Яке значення емоційного інтелекту для підприємця?
3. Які особистісні якості сприяють успіху в бізнесі?
4. Які особистісні якості перешкоджають успіху в бізнесі?
5. Які існують міфи та правда про якості справжнього бізнесмена?
6. Які секрети успіху відомих бізнесменів ви знаєте?
7. Яка повинна бути культура відносин підприємця із співробітниками?
8. Чи кожна людина може бути підприємцем?
9. Чи готові Ви стати підприємцем?
10. Які якості плануєте розвинути у собі, котрі знадобляться при веденні підприємницької діяльності?
11. Які ви знаєте історії успіху українських підприємців?
12. Чи вірно, що ефективна комунікація – запорука успішного управління?
13. Що таке емпатія і чому вона важлива?
14. Як розвивати креативне мислення в бізнесі?
15. Шлях лідера: мотивація чи дисципліна?

16. Як ви розумієте вислів: «Завдяки IQ Ви влаштовуєтесь на роботу, завдяки EQ – робите кар'єру»?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Таким набором показників: здатність до фантазії; творча уява; здатність створювати нові образи (у тому числі фантастичні, нестандартні); здатність виявляти нові зв'язки між елементами творчого завдання за подібністю, суміжністю й контрастом характеризують таку групу якостей особистості:

- а) прагнення до нового;
- б) критичність мислення;
- в) здатність до перетворень;
- г) прагнення до творчості.

2. Таким набором показників: незалежність суджень; здатність користуватися об'єктивними критеріями; вміння знаходити причини своїх помилок та невдач; здатність формулювати оціночні судження характеризують таку групу якостей особистості:

- а) здатність до перетворень;
- б) прагнення до творчості;
- в) прагнення до нового;
- г) критичність мислення.

3. Таким набором показників як: вміння аналізувати, порівнювати, виділяти головне та другорядне; вміння описувати й давати визначення, пояснювати, доводити, обґрунтовувати; вміння систематизувати та класифікувати; здатність генерувати ідеї, висувати гіпотези, бачити протиріччя; здатність здійснювати перенесення знань й умінь характеризують таку групу якостей особистості:

- а) здатність до перетворень;
- б) прагнення до творчості;
- в) прагнення до нового;
- г) критичність мислення.

4. Таким набором показників як: інтерес до професійної творчості; прагнення до творчості; прагнення до лідерства; прагнення до отримання високої оцінки з боку колег характеризують таку групу якостей особистості:

- а) прагнення до нового;
- б) критичність мислення;
- в) здатність до перетворень;

г) прагнення до творчості.

5. *Не входить у формулу успіху Х. Маккея такий компонент:*

- а) визначення мети;
- б) емпатія;
- в) зосередження зусиль;
- г) впевненість у собі.

6. *У структурі емоційного інтелекту виокремлюють такі аспекти:*

- а) внутрішній та зовнішній;
- б) біологічний та соціальний;
- в) логічний та емоційний;
- г) внутрішньоособистісний та міжособистісний.

7. *Психолог Деніел Гольман визначає таку кількість обов'язкових складових емоційного інтелекту:*

- а) два;
- б) три;
- в) чотири;
- г) п'ять.

8. *Встановіть відповідність між визначенням та назвою терміну:*

- а) 2–5; 4–8; 3–6; 1–7;
- б) 1–5; 2–6; 3–7; 4–8;
- в) 1–5; 4–7; 2–6; 3–8;
- г) 1–8; 4–6; 2–7; 3–5.

Де:

1. «Емоційний менеджмент».
2. Потужний внутрішній імпульс.
3. Постійне прагнення до більшого.
4. Внутрішня мотивація.
5. *Управління емоційними ресурсами компанії з метою підвищення ефективності бізнесу.*
6. *Керування лідерами бізнесу власними принципами, мотивами та постановка цілей без зовнішніх стимулів.*
7. *Пристрасть для реалізації своїх внутрішніх потреб й цілей.*
8. *Екзистенціальна тривога.*



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

Виникли проблеми у взаєморозрахунках з бізнес-партнером.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 2.

Виникли розбіжності з постачальниками щодо умов поставки та її вмісту.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 3.

Покупець вимагає знижку більшу, ніж її можливий розмір.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 4.

Виникли суперечності між підприємцем та співробітниками щодо умов праці та розміру оплати праці.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 5.

На ринку з'явився новий товар, необхідно укласти з постачальником договір на своїх або прийнятних для себе умовах.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 6.

Компанією випущено новий товар, необхідно представити його потенційним покупцям з метою заключення договору поставки.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 7.

В компанії здійснюється набір нових співробітників, підприємцю необхідно провести співбесіди.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 8.

З об'єктивних чи суб'єктивних причин зірвалися терміни поставки товару покупцеві.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 9.

Виникли проблеми погашення дебіторської заборгованості покупцями.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.

Завдання 10.

Виникла необхідність звільнити співробітника.

Питання до обговорення.

Які якості та навички необхідно застосувати та які дії здійснити з метою вирішення ситуації, що виникла? Надайте розгорнуту відповідь.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Секрет успіху відомого іноземного бізнесмену (на вибір).
2. Секрет успіху відомого українського підприємця (на вибір).
3. Емоційний інтелект як передумова успішного розвитку особистості.
4. Міфи та правда про якості справжнього підприємця.
5. Ефективні комунікації в команді.
6. Способи розвинути комунікативні навички.
7. Налагодження успішної невербальної комунікації.
8. Способи розвинути емпатію.
9. Способи розвинути самодисципліну.
10. Способи розвинути креативність.
11. «Емоційний менеджмент» – управління емоційними ресурсами компанії з метою підвищення ефективності бізнесу.
12. Формула успіху Х. Маккея.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Мэйер Дж., П. Сэловей, Д. Карузо. Эмоциональный интеллект. Москва: Институт психологии РАН, 2010. 146 с.
2. Гоулман Д. Эмоциональный интеллект в бизнесе. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 512 с.
3. Стивен Дж. Стейн. Преимущества EQ. Москва: Баланс Бизнес Букс, 2005. 384 с.
4. Манфред Кэ де Ври. Мистика лидерства. Развитие эмоционального интеллекта. Москва: «Альпина Пабlishер», 2011. 276 с.

РОЗДІЛ II

МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ

ТЕМА 7

ЛОГІКА ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ

- 7.1. Поняття логіки процесу створення власної справи.
- 7.2. Розробка концепції бізнесу.
- 7.3. Бізнес-ідеї підприємницької діяльності.
- 7.4. Сфери підприємницької діяльності.
- 7.5. Планування успіху підприємницького проєкту.
- 7.6. Реалізація підприємницького проєкту.

 **Основні поняття та терміни:** логіка процесу створення власної справи, прийняття рішення про підприємницьку діяльність, концепція бізнесу, складові концепції бізнесу, етапи процесу розробки концепції бізнесу, бізнес-ідея, підходи до генерування бізнес-ідей, процес накопичення бізнес-ідей, процес відбору конкретних ідей, банк підприємницьких ідей, етапи розвитку бізнес-ідей, сфери підприємницької діяльності, планування успіху підприємницької діяльності, маркетингова інформація, виробнича інформація, SWOT-аналіз, фінансова інформація, бізнес-план, реалізація підприємницького проєкту, джерела фінансування реалізації бізнес-ідей, власні кошти, бізнес-ангели, венчурні фонди, презентація бізнес-плану.

7.1. Поняття логіки процесу створення власної справи

Створення власної справи – це завжди величезний ризик і подолання опору, що неминуче виникає при народженні нового. Організувати своє підприємство дуже складно. Кожне таке рішення приймається, виходячи з конкретної ситуації і тому воно унікальне. Але в усіх подібних рішеннях є дещо спільне:

- бажання створити власну справу, стати самому господарем;
- відмова від попереднього способу життя;
- впевненість у тому, що це – заняття престижне й достойне;
- можливість створити власну справу (наявність коштів, умов);
- впевненість у тому, що прийняте рішення цілком реальне, й для цього існують усі необхідні зовнішні та внутрішні передумови.

Створюючи власну справу, потрібно знати, що це не тільки можливість користуватися благами, які забезпечують це починання, а й відповідальність за її функціонування, розвиток і виживання.

Бізнесменом практично може бути будь-яка людина: інженер, економіст, технік, медпрацівник, продавець, винахідник, службовець, робітник, викладач, студент, домогосподарка, пенсіонер, школяр. Треба тільки визначити власні підприємницькі здібності та ймовірні можливості стати бізнесменом. Але залишитися бізнесменом зуміють лише ті, хто нестандартно мислить, має силу волі, цілеспрямованість, велику працездатність, націленість на пошук нового, тобто ті, які в підприємницькій діяльності вбачають зміст усього свого життя. Підтвердженням тому є історія, яка вказує на те, що багато відомих у світі підприємців, мільярдерів побудували свої бізнес-імперії практично з нуля – в основному за рахунок творчого підходу та підприємницького хисту.

Одним з таких успішних бізнесменів є *Френк Клеренс Мар* – американський підприємець, бізнес-магнат, засновник компанії з виробництва солодошів – Mars Incorporated. У 28 років він вирішив розпочати власну справу. Разом з дружиною вони стали торгувати солодощами, відкривши кондитерський магазин в своєму будинку. Вся торгівля йшла через вікно кухні. Продажі почали швидко зростати і подружжя заснувало компанію під назвою Mar-O-Bar. Мрія Френка про власний бізнес, який би дозволив йому раз і назавжди забути про найману роботу, почала здійснюватися. Ідея, що змінила все життя Френка, прийшла до нього абсолютно випадково. Іншим яскравим прикладом успішного підприємця є *Таїті Оно* – видатний японський бізнесмен, голова ради директорів компанії Toyota Spinning and Weaving, засновник популярної у всьому світі концепції Ощадливе виробництво, що вважається батьком виробничої системи Тойота. Таїті Оно, працюючи інженером, задумав а потім здійснив революційну для тих років систему управління виробництвом («канбан»), ощадне виробництво (метод «Lean»). Цієї системи компанія дотримується дотепер, за допомогою якої японці зуміли виключити з процесу виробництва будь-які види втрат.

Започаткування підприємницької діяльності здійснюється відповідно до певної технології створення бізнесу. Ця технологія є специфічною для кожного конкретного випадку і залежить від низки чинників, зокрема: особливостей економічного і правового середовища, специфіки обраної сфери діяльності. Однак, попри специфічні відмінності є загальні питання, які вимагають своєї аргументації для започаткування власної справи. Пошук відповіді на ці питання формує логіку процесу створення власної справи.

Логіка процесу створення власної справи – це послідовність прийняття управлінських рішень, спрямованих на втілення бізнес-ідеї підприємницької діяльності. Логіка відображає творчу і підприємницьку форму мислення на основі попередніх розрахунків, систематизації дій або висновків, практичного досвіду, досягнень науки і техніки.

У більш загальному вигляді процес створення власної справи передбачає такі три етапи розробку концепції бізнесу; планування успіху підприємницького проєкту; реалізацію підприємницького проєкту (рис. 7.1).

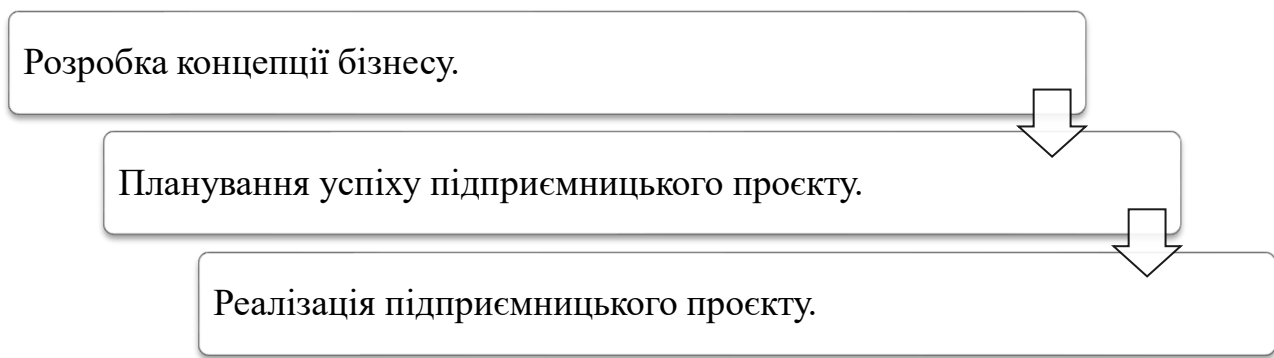


Рис. 7.1 – Логіка процесу створення власної справи

У свою чергу зазначені етапи являють собою сукупність окремих дій-кроків.

Перший етап (**етап розробки концепції бізнесу**) включає такі кроки:

– прийняття рішення про підприємницьку діяльність на основі підприємницької ідеї;

– вибір організаційно-правової форми підприємництва;

– вибір способу входження в бізнес.

Другий етап (**планування успіху підприємницького проєкту**) передбачає збір інформаційної бази та розробку бізнес-плану.

Третій етап (**етап реалізації підприємницького проєкту**) включає такі кроки:

– первинне фінансування бізнесу;

– презентація бізнес-плану;

– реєстрація бізнесу.

Прийняття рішення про підприємницьку діяльність – це досить відповідальний, визначальний етап діяльності підприємця. Рішення про підприємницьку діяльність формується на базі підприємницької ідеї та з урахуванням оцінки наявного потенціалу майбутнього підприємця.

Не всі люди хочуть бути підприємцями, бо їм більш зручно працювати під керівництвом когось та виконувати певні функції найманого працівника. У той же час треба відзначити, що і не всі мають відповідні риси для роботи підприємцем.

Успішність бізнесу залежить від низки факторів. Основні з цих факторів дозволяють описати успішність власної справи певним взаємозв'язком (рис. 7.2).



Рис. 7.2 – Формула успіху у бізнесі

Треба відзначити, що бізнес дає необмежені можливості для розвитку, але вони не знаходяться на поверхні. Саме за допомогою творчої складової бізнесу реалізується можливість його успішності. У зв'язку з тим, що бізнес є творчою діяльністю, то для нього характерні елементи змагання, які проявляються в конкурентній боротьбі.

Але для того, аби початківець або діючий підприємець чітко розуміли всі важливі аспекти бізнесу і будували його правильно потрібна концепція бізнесу.

7.2. Розробка концепції бізнесу

Бізнес-концепція – являє собою опрацювання важливих аспектів, які мають визначальне значення, для того щоб почати бізнес ґрунтовно і без помилок. Концепція бізнесу – це те, з чого починається бізнес.

Починається бізнес з бізнес ідеї, відповідно **концепція бізнесу** – концептуальний опис ключової бізнес-ідеї, формату бізнесу, які дають підприємцю переваги над конкурентами.

Бізнес-концепція є фундаментом успішної побудови бізнесу. Вона потрібна для того, аби чітко розуміти всі важливі аспекти бізнесу і будували його правильно (не на бажаннях і очікуваннях, а на більш ґрунтовних і обґрунтованих показниках).

При побудові концепції бізнесу необхідно надати відповіді на чотири основні питання (рис. 7.3):



Рис. 7.3 – Складові концепції бізнесу

Загальна корисність від концепції бізнесу така:

- підприємець зможе виділити і зрозуміти свою аудиторію і, відповідно, робити їй більш привабливі пропозиції;
- підприємець буде знати своїх конкурентів, що допоможе виділитися поміж них і виробити кращу і більш вигідну (з точки зору аудиторії) позицію;
- підприємець розробить власні, реальні і затребувані аудиторією переваги і створить свою ціннісну пропозицію, що забезпечить йому більше продажів;
- підприємець буде краще розуміти свій проєкт, зможе мінімізувати ризики і ефективніше ним керувати в цілому;
- підприємець буде розуміти, як розвивати свій бізнес і куди рухатися далі.

У таблиці 7.1 наведено приклад концепції бізнесу.

Таблиця 7.1 – Приклад концепції бізнесу

Найменування бізнесу	Виробництво корпусних меблів
Вид діяльності:	
виробництво таких видів продукції	Кухонні гарнітури, шафи-купе
надання таких видів послуг	3D проектування, доставка та збирання меблів
відкриття такого типу магазину (роздрібна / оптовий продаж)	продажу через групи в соціальних мережах
Потенційні споживачі	Молоді сім'ї, громадяни із середнім доходом, новосели
Спосіб продажу продукції / послуг	Роздрібний продаж
Задоволення таких потреб клієнтів	Велика розмаїтість пропонованої продукції, 3D-візуалізація, ввічливий персонал, чистота після установки

Розробка концепції бізнесу включає низку кроків (рис. 7.4).

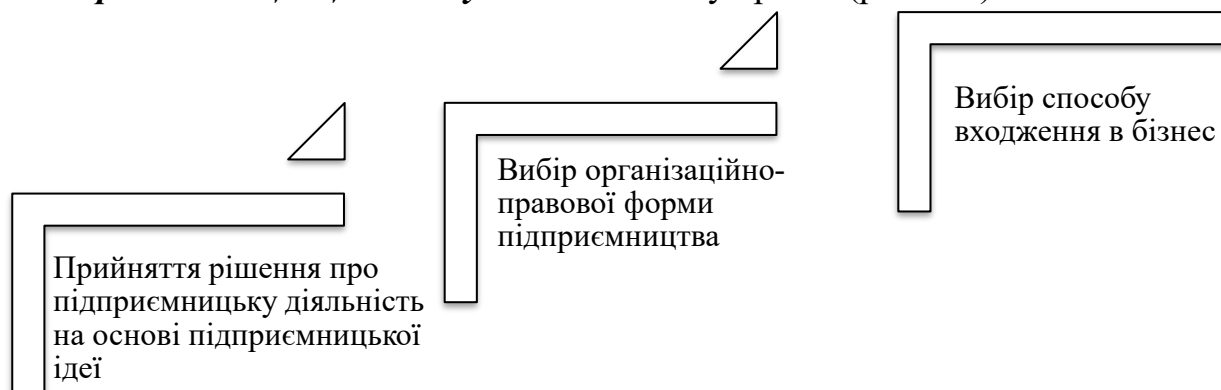


Рис. 7.4 – Основні етапи розробки концепції бізнесу

В основі професійної діяльності будь-якого підприємця лежить конкретна **бізнес-ідея**. Найчастіше підприємницька ідея виникає в людини, яка усвідомлено вирішила отримати відносну незалежність у професійній діяльності, досягти певного підприємницького успіху.

Ідея є потенціалом підприємництва. Вдало сформульована ідея може визначити діяльність підприємця на все життя. Однак частіше для продовження підприємництва потрібні все нові й нові ідеї. Помилковий вибір бізнес-ідеї може призвести, в кращому випадку, до втрати вашого часу, а в гіршому – до втрати грошей, які ви можете вкласти у її розвиток. Отже, слід досить серйозно підійти до вибору тієї справи, якою планує займатися підприємець.

Хороша бізнес-ідея – основа підприємницького успіху. Проте концепція, яка забезпечить вступ до самостійної діяльності, зовсім не повинна бути цілком новою. Нові бізнес-ідеї є швидше винятком: лише кожен 20-ий молодий підприємець починає вести самостійну діяльність завдяки цілком новій ідеї.

Немає ідеальної бізнес-ідеї. Зрештою, кожна людина володіє різними здібностями і має різноманітні передумови. Фахові знання, вміння вдало продати, власна готовність до ризику та креативність – це вагомі вирішальні критерії для початку самостійної роботи.

Важливо, щоб бізнес-ідея відповідала фаховій та особистій кваліфікації підприємця і обирати її потрібно з огляду на те, чи стане вона прибутковою, чи ні. Незалежно від того, буде втілюватися ця ідея підприємцю доведеться розробити особисту концепцію підприємства.

Від зародження бізнес-ідеї до започаткування підприємницької діяльності підприємець здійснює у своїй роботі такі дії:

- 1) генерування ідей;
- 2) ділове проектування (тобто розгортання ідеї в проєкті, перелік обов'язкових дій);
- 3) підготовка бізнес-плану, тобто схеми обґрунтування ідеї в ділову структуру, що дозволяє робити те, що виступає основою ділової ідеї з точними розрахунками потреб у ресурсах і виявленням ефекту від реалізації ідеї в реальному режимі;
- 4) ухвалення підприємницького рішення про реалізацію даної ідеї;
- 5) управління проєктом;
- 6) реалізація проєкту, яка націлена на створення виробничої структури і в змозі здійснювати виробничий процес відповідно до змісту ділової ідеї.

Важливим елементом підприємницької ідеї є **знання та вміння обрати найбільш оптимальну організаційно-правову форму бізнесу**. Для цього потрібно знати можливі організаційно-правові форми відповідно до законодавства України, їх відмінності та особливості відкриття з урахуванням ідеї бізнесу. Відповідно до законодавства України можна заснувати: приватне підприємство, повне, командитне товариство, товариство з обмеженою, додатковою відповідальністю або акціонерне товариство приватного чи публічного типу. Важливо зазначити, що підприємницьку діяльність можна здійснювати і без набуття статусу юридичної особи у якості фізичної особи-

підприємця. Більш детальніше це питання буде розглянуто в 10 розділі навчального посібника.

До ключових питань розробки концепції належить також питання про **прийняття рішення про спосіб входження в бізнес**.

Виділяють різні способи входження в бізнес. Основні з них представлені на рис. 7.5.

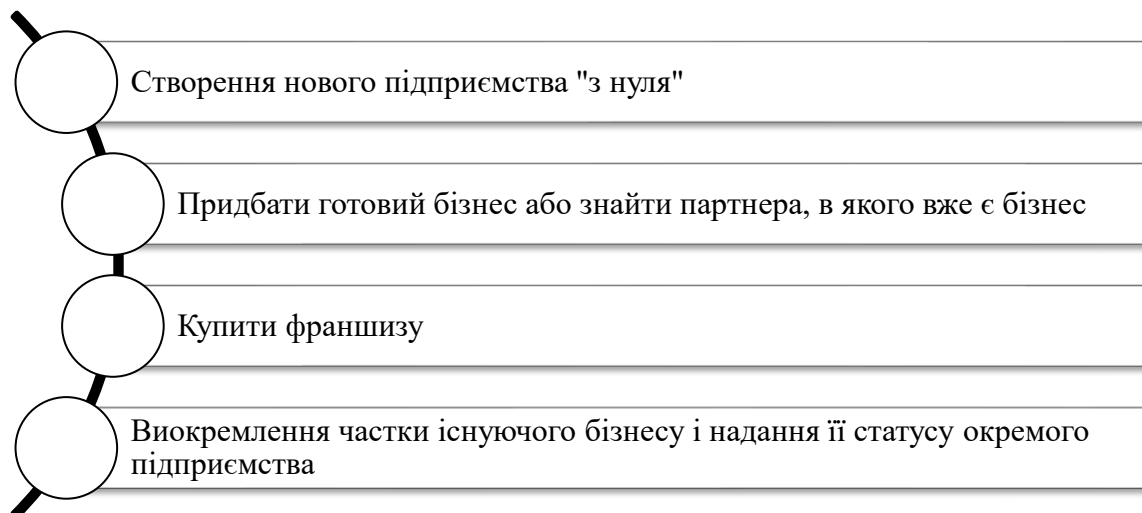


Рис 7.5 – Основні способи входження у бізнес

Найбільш розповсюдженим способом входження у бізнес є – створення нового бізнесу. За статистикою найбільше підприємств створюється «з нуля». Зараз прийнято початківців підприємства називати «start-up». Але треба мати на увазі, що на становлення бізнесу, заснованого на власній бізнес-ідеї потрібні значний час та первісні витрати. Однак існує можливість звернутись до державних, громадських або приватних структур підтримки підприємництва.

При купівлі бізнесу треба дізнатися про причину продажу. Часто під виглядом перспективного бізнесу продається невдалий проект, наприклад, ресторан в непрохідному місці або виробництво незатребуваної продукції. Вкладення в придбання ефективно працюючого малого чи середнього бізнесу звичайно скуповуються за півтори-два роки.

Купівля франшиз – це оптимальний варіант для тих, хто бажає інвестувати кошти у бізнес, але не зовсім готовий створювати власну справу з нуля. Франчайзинг – це найбільш швидкий спосіб організації власної справи, використовуючи технології, ноу-хау, торгову марку відомої фірми, але при цьому зменшується прибуток.

Кожен із цих способів не має абсолютних переваг перед іншим. У будь-якому випадку підприємець повинен старанно зважити кожен з альтернатив та обрати найбільш адекватний у конкретному випадку спосіб. Більш детальніше про способи входження у бізнес йтиметься у 8 розділі навчального посібника.

7.3. Бізнес-ідеї підприємницької діяльності

Діяльність підприємця розпочинається з зародження ідеї для впровадження її у життя.

Бізнес-ідея – це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

Окремими елементами такого цілісного знання є:

- 1) усвідомлення необхідності працювати на межі своїх здібностей (фізичних, розумових, організаторських та ін.);
- 2) відмова від попереднього виду занять, професії тощо;
- 3) прагнення стати власником, перш за все власником підприємства (а отже відмова від праці на інших осіб);
- 4) прагнення постійно збільшувати своє багатство шляхом створення товарів і послуг, необхідних для суспільства;
- 5) прагнення таким способом реалізувати свою мету, домогтися визнання в суспільстві і навіть впливу на політику;
- 6) чітке усвідомлення шляхів отримання ресурсів для створення власного підприємства або труднощів при його створенні при наявності власних накопичень;
- 7) знання певного виду підприємницької діяльності, шляхів створення підприємства у відповідній сфері або галузі народного господарства;
- 8) вміння вибрати оптимальну організаційну та організаційно-правову форму його існування;
- 9) знання можливих ризиків, які очікують діяльність підприємства і вміння управляти ними, нейтралізувати найгірші негативні сторони;
- 10) уміння організувати облік на підприємстві та знання основ такого обліку;
- 11) знання зовнішніх чинників, які впливають на підприємницьку діяльність: чинного законодавства, форм і засобів економічної політики, конкуренції з боку іноземних товаровиробників.

Конкретним проявом підприємницької ідеї є створення нового товару чи послуги. *Новий товар* – товар, який принципово відрізняється від уже існуючих на ринку товарів чи має серйозні якісні відмінності у порівнянні з товарами-аналогами щодо споживчих якостей, дизайну.

Джерелами формування бізнес-ідей можуть бути:

- 1) знання, отримані в навчальних закладах;
- 2) досвід у цій сфері батьків, родичів і знайомих;
- 3) інформація, отримана із засобів масової інформації (радіо, телебачення, газет, журналів і тому подібне);
- 4) думка споживачів про доцільність мати нові товари, отримувати нові послуги;

- 5) ідеї науковців, які проводять теоретичні й прикладні дослідження;
- 6) відвідування ярмарків і виставок передового досвіду;
- 7) побажання працівників торгівлі, системи збуту, осіб, зайнятих рекламою;
- 8) ідеї потенційних конкурентів, публікації в професійних виданнях, у тому числі про наявні патенти і ліцензії;
- 9) знання основних способів підтримки;
- 10) ресурси мережі Інтернет. На сайтах, присвячених організації підприємницької діяльності всім бажаючим пропонуються тисячі перспективних бізнес-ідей в різноманітних сферах діяльності.

Бізнес-ідеї можна генерувати на базі двох підходів (рис. 7.6).

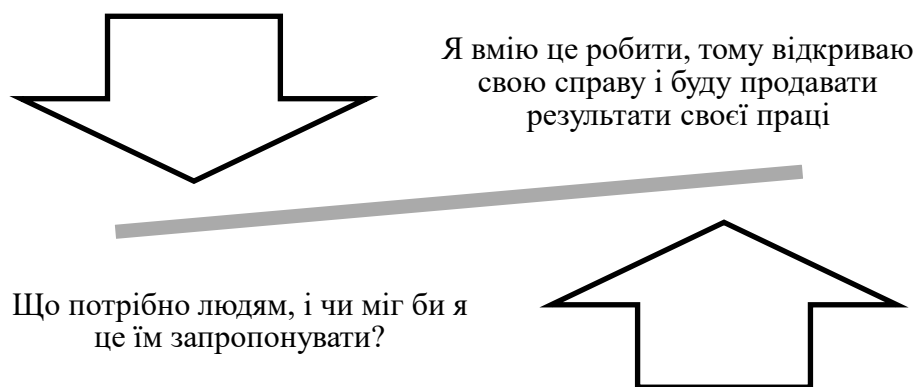


Рис. 7.6 – Підходи до генерування бізнес-ідей

Теоретично обидва підходи можуть втілитися в реальний бізнес, однак другий варіант більш привабливий, так як в ньому проглядається спроба вирішити проблеми споживача, а не виробника.

Для пошуку підприємницької ідеї можуть використовуватися різні методи. Уся їх сукупність представлена в розрізі трьох груп методів: методів аналогії; методів інверсії; методів ідеалізації (див. Додаток В).

Ідея може бути як власною (оригінальною), так і запозиченою. Генерування ділових ідей майже завжди має індивідуальний характер.

Будь-який підприємець у своїй діяльності не може уникнути процесу накопичення, відбору та порівняльного аналізу підприємницьких ідей цей процес формує технологію вибору бізнес-ідей включає, що включає в себе три кроки (рис. 7.7).

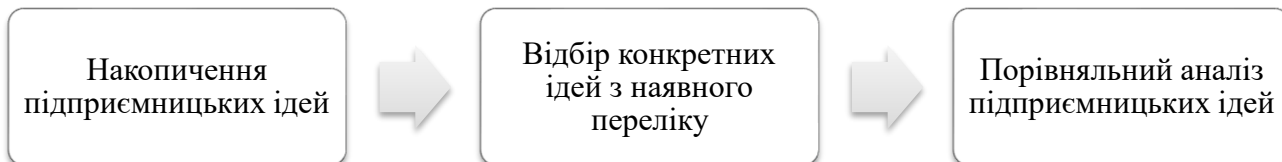


Рис. 7.7 – Технологія вибору бізнес-ідей

Процес накопичення ідей – це результат осмислення навколишнього середовища: товарного ринку, кон'юнктурної ситуації, поведінки споживачів,

рівня конкуренції, правового поля, специфіки галузі економіки, практичного досвіду існуючих фірм, досягнень науки, техніки і технології.

На другому кроці підприємець проводить відбір конкретних ідей з наявного переліку (обсягу пропозицій). Процес вибору проводиться за різними критеріями залежно від конкретної ситуації, у якій знаходиться сам підприємець, сфери бізнесу. Такими критеріями можуть бути: ефективність ідеї, перспективи завойовування стійкого становища на ринку, тривалість періоду від зародження ідеї до її впровадження, обсяг потрібного капіталу та можливість залучення інвестицій, доступність отримання сировини, матеріалів, устаткування для організації процесу виробництва, наявність робочої сили за кількісними та якісними характеристиками.

На третьому кроці підприємець проводить порівняльний аналіз відібраних ідей на підставі певних критеріїв. Оцінюючи кожну з ідей, він робить узагальнюючий висновок. Прийняття рішення про найкращу ідею узгоджується з поставленими цілями, логікою бізнесу, професіоналізмом.

Звичайно, не кожна згенерована (зароджена) ідея може принести успіх. Природно, було б бажано, щоб ідея «спрацювала», щоб на її основі дійсно можна було робити реальний товар, що матиме попит на ринку. Якщо ідей декілька, можна вибрати найбільш відповідну (ефективну) з них для практичної реалізації. Думати над ідеєю для бізнесу можна дуже довго, але безрезультатно. Набагато простіше іноді просто придивитися до того, що відбувається навкруги й спробувати знайти цьому комерційне застосування. Наприклад, Говард Шульц після відвідування Мілана спалахнув ідеєю відкрити в Америці такі ж кав'ярні, як в Італії, і розташувати їх на кожному розі вулиць. Так зародилася ідея мережі кофейн Starbucks, відома сьогодні в усьому світі, і що налічує 16 тисяч закладів.

Підприємцем відбираються тільки ті ідеї, які є практично реальними для втілення.

При визначенні реальності здійснення підприємницької ідеї необхідно відповісти на такі **основні питання**:

- 1) чи існує достатній капітал у підприємця для практичного впровадження успішної ідеї;
- 2) чи можливе встановлення потрібних партнерських зв'язків, отримання від партнерів все того, що необхідно для нормальної організації бізнесу;
- 3) чи існують достатні матеріально-технічні можливості для організації виробництва?
- 4) якою буде реакція покупців на товар, який пропонується на ринку;
- 5) чи будуть покупці купувати продукцію в намічених обсягах;
- 6) як узгоджується запропонована ідея з діяльністю конкретної фірми, її цілями й стратегією?

Зупиняючись на виборі будь-якої ідеї, підприємець відкидає всі інші. Проте можливий варіант, коли невикористані в даний момент ідеї, переходять у банк підприємницьких ідей.

Банк підприємницьких ідей – це перелік того, що могло б скласти при необхідності потенційні невикористані можливості підприємницької діяльності

(у сферах, напрямках бізнесу). Зазвичай банк підприємницьких ідей являє собою перелік товарів та послуг, які може виготовляти (надавати) підприємство. Для поповнення банку ідей може проводитися усне або письмове опитування засновників, співробітників і найнятих робітників підприємства.

Одна з можливих форм банку підприємницьких ідей представлена у таблиці 7.2.

Таблиця 7.2 – Банк підприємницьких ідей

№ у/п	ІДЕЯ (короткий опис)	ТОВАР (продукт, послуга)	Потреба в первинному капіталі	Особливості реалізації проекту

Банком підприємницьких ідей можна скористатися:

- коли якась сфера діяльності стане збитковою для підприємця і виникне необхідність пошуку перспективних, рентабельних сфер бізнесу;
- при зміні правової бази, встановленні різних обмежень, які роблять цю сферу підприємницької діяльності непривабливою для подальшого здійснення;
- при посиленні конкуренції, диверсифікації.

Зібравши банк потенційно можливих ідей бізнесу, необхідно зупинитися на характеристиці кожної. Первинний аналіз відібраних ідей доцільно провести на основі відповідей на такі запитання:

- Чи треба це ринку?
- Чи захочуть це купувати?
- Хто Ваші покупці?
- Чи конкурентоздатне це?
- Чи зможете ви це здійснити?
- Чи вигідно це?

Хороша ідея – зв'язок між потребами в суспільстві й сильними сторонами потенційного підприємця.

Може статися, що генеровані підприємцем ідеї так і залишаються незатребуваними їм, але наявність у в запасі створює у практикуючого підприємця упевненість у майбутньому. У середньому до практичного втілення доходять лише 4-7% підприємницьких ідей. Це об'єктивна обставина, яку потрібно брати до уваги, а не пробувати абсолютно кожену ідею втілити в практику.

Однак необхідно враховувати, що існують об'єктивні межі успішності бізнес-ідей. Ідеї необхідно допрацьовувати й доводити до практичної реалізації. Таку діяльність потрібно здійснювати так, щоб якомога більше збільшити відсоток ідей і знизити витрати на ті, які виявилися безперспективними.

У японців існує практика заохочення працівників уже за сам факт подання ідеї, незалежно від результатів її втілення в практику. Сенс тут полягає в тому, що генерація ідеї і її практичне втілення в життя – це різні речі. Перше більш пов'язане з творчістю, а друге з наполегливістю в реалізації всіх стадій ділового циклу розвитку бізнес-ідеї.

Нові ідеї, що відбираються для реалізації, повинні бути обґрунтовані економічно. Цей вибір здійснюється на базі порівняльного аналізу декількох можливих для реалізації ідей. Перед проведенням такого аналізу варто оцінити достатність умов і наявність технічних можливостей для реалізації ідей. Вже на цьому етапі деякі ідеї можуть бути відкинуті. Основним критерієм порівняння ідей є їхня економічна ефективність. Крім зазначеного оцінюються строки окупності. Але такий підхід є чисто економічним. У реальній діяльності варто враховувати й ряд інших ринкових факторів, пов'язаних з цілями підприємця. Наприклад, стабільне становище на ринку може забезпечити проект, що має максимальний термін окупності. Звідси випливає, що при доборі підприємницьких ідей важливу роль відіграє мета, що керує підприємцем.

На практиці використовують так звану **матрицю просіювання ідей** для виявлення найбільш життєздатної ідеї, де результати виражаються в цифровій формі. Можлива форма матриці просіювання ідей наведена в таблиці 7.3.

Таблиця 7.3 – Матриця просіювання потенціальних ідей бізнесу

Умови	Питання	Ідея 1					Ідея 2					Ідея 3				
Особисті якості	1. Ви дуже зацікавлені у здійсненні цього виду бізнесу															
	2. Ви володієте необхідними знаннями та вміннями для того, щоб почати бізнес															
Ринкові умови	3. Ринок продукції зростає															
	4. Маркетинговий потенціал великий															
	5. Необхідні сировину та матеріали легко дістати															
	6. Ідея не потребує широкої реклами															
Конкуренти	7. Бізнес-ідея має низку переваг перед конкурентами															
Технологія	8. Технологія випробувана та доступна															
Ризик	9. Ідея легальна і прийнятна															
	10. Бізнес-ідея адаптивна															
	11. Ризик початку бізнесу невеликий															
	12. Бізнес легко почати															
Життєздатність	13. Початкові витрати на бізнес прийнятні															
	14. Ви зможете знайти необхідні початкові фінанси															
	15. Термін окупності становить 2-3 роки															
Результат																
Максимальний результат		75 балів					75 балів					75 балів				

Підприємець повинен відверто відповісти на питання, які зазначені в матриці, оцінюючи кожну ідею відповідною кількістю балів. При цьому виставлена кількість балів із кожного питання повинна відповідати такому:

1) якщо підприємець повністю позитивно відповідає на запитання (100%), то в графі відповідей він ставить 5 балів;

2) якщо підприємець не повністю позитивно відповідає на питання (скоріше всього), то в графі відповідей він ставить 4 бали;

3) якщо підприємець відповідає на запитання «можливо», то в графі відповідей він ставить 3 бали;

4) якщо підприємець сумніваючись, відповідає на питання, то в графі відповідей він ставить 2 бали;

5) якщо підприємець повністю не відповідає на питання (не згоден), то в графі відповідей він ставить 1 бал.

Розрізняють також фактори, що пов'язані з провалами бізнес-ідей (див. Додаток Г)

У своєму розвитку бізнес-ідея проходить низку етапів, які можна схематично відобразити таким чином (див. рис. 7.8).

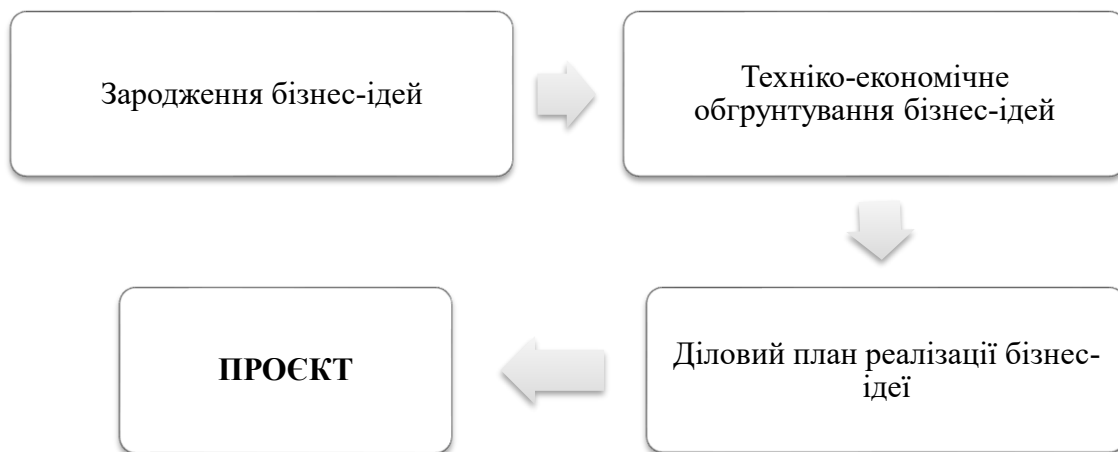


Рис. 7.8 – Етапи розвитку бізнес-ідей

Для визначення принципової можливості й доцільності подальшого розвитку ідеї, проводиться її первинне техніко-економічне обґрунтування, під час якого вирішуються такі **завдання**:

- дослідження принципової доцільності реалізації бізнес-ідеї з точки зору наявності реальних ринкових потреб у результаті її втілення;

- дослідження принципової можливості реалізації бізнес-ідеї з точки зору можливостей фірми;

- дослідження відповідності даної бізнес-ідеї стратегічним намірам фірми;

- розрахунок можливих результатів від реалізації бізнес-ідеї (потреба в інвестиціях, прибуток, термін окупності та ін.);

- прийняття рішення щодо подальшої долі бізнес-ідеї;

Крім того, можуть бути випадки й проміжних рішень – направлення на доопрацювання з метою зняття невизначеностей або відкласти ідею в запас, поки не прийде її час.

Якщо бізнес-ідея визначається як прийнятна для впровадження, наступним етапом (після аналізу ТЕО) є складання бізнес-плану (ділового плану), який є своєрідною моделлю майбутнього бізнесу. При розробці бізнес-плану враховуються всі можливі витрати на реалізацію бізнес-ідеї, перевіряються майбутні схеми виробничо-комерційної діяльності, обґрунтовуються схеми фінансування передбачених планом процесів і так далі.

Таким чином, бізнес-план також є своєрідним фільтром для відсіву ідей, які з якихось причин не можуть бути реалізовані.

Основна відмінність між бізнес-планом та бізнес-концепцією полягає в тому, що бізнес-концепція має на меті не довести будь-кому перспективність бізнес-ідеї і вигідність інвестиції, а виробити повне розуміння власного проєкту і ясну бізнес-стратегію у самого підприємця (рис. 7.9).

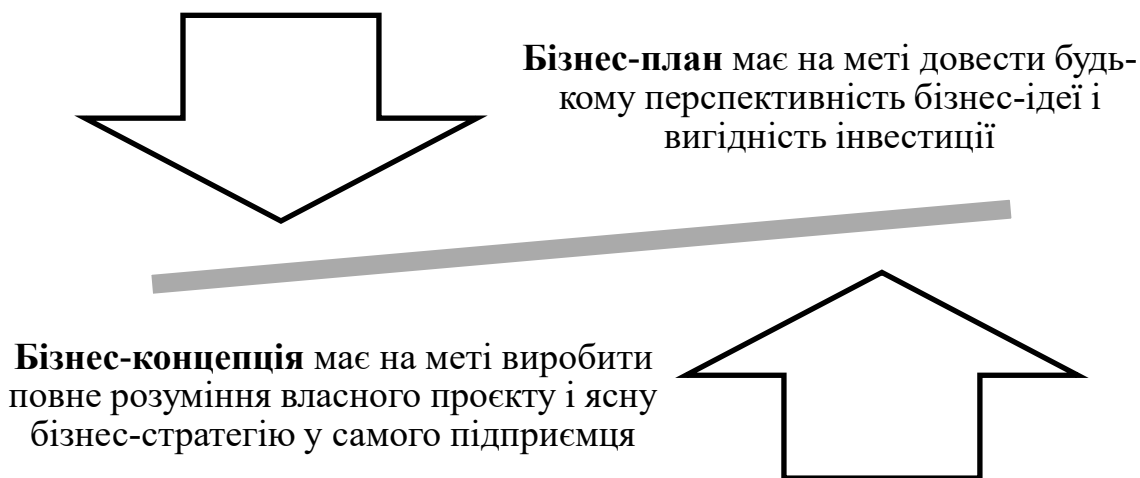


Рис. 7.9 – Відмінність бізнес-концепції і бізнес-плану

Коли знайдено ідею, починається *процес вибору виду діяльності* та проектування підприємства.

7.4. Сфери підприємницької діяльності

Вибір виду підприємницької діяльності пов'язаний з поділом національної економіки на сфери і галузі, а також з обмеженнями держави щодо певних видів діяльності.

Бізнес-ідея та вид підприємницької діяльності взаємопов'язані між собою. Не можна вибрати вид діяльності, не знаючи, чим хочеш зайнятись. У конкретній практиці бізнес-ідея, як дещо чітко сформоване, виступає видом підприємницької діяльності, тобто набуває власної форми реалізації.

Двома основними сферами для заняття підприємницькою діяльністю є матеріальне і нематеріальне виробництво (або сфера послуг) та відповідні види економічної діяльності.

У сфері матеріального виробництва підприємець може орієнтуватися на створення підприємств, які будуть виробляти засоби виробництва (машини, верстати, обладнання, транспортні засоби, будівлі, споруди, дороги та ін.) або, предмети споживання (одяг, взуття, продукти харчування, предмети широкого вжитку та ін.).

У сфері послуг підприємець може орієнтуватися на створення підприємств, які будуть надавати послуги матеріально-виробничого та нематеріального (не речового) характеру.

До послуг матеріально-виробничого характеру належать:

- 1) частину послуг транспорту, торгівлі, зв'язку;
- 2) матеріальні послуги населенню (хімчистка, прання, ремонт і обслуговування автомобілів, електроприладів, годинників, меблів, одягу, взуття, ювелірних виробів та ін.);
- 3) готельні послуги;
- 4) послуги з виробництва та обігу (організація та налагодження управління виробництвом: створення підприємств, приватизація, перехід на інші форми власності та організаційно-правові форми, аудиторські послуги тощо);
- 5) різноманітні науково-дослідні та допоміжні лабораторії, проектно-конструкторські бюро; агентства по прокату обладнання: видавництво і стенографія, проектування інтер'єрів, виготовлення і прикраса вітрин та багато інших.

До послуг нематеріального характеру відносять послуги у сфері науки, освіти, охорони здоров'я, господарського використання нерухомості, страхування, юридичні послуги та ін. Так, у сфері науки дрібні і середні вузькоспеціалізовані підприємства можуть виконувати такі операції:

- 1) здійснювати спеціальні розрахунки для великих компаній, складати програми для ЕОМ, розробляти окремі частини інженерних проектів;
- 2) здійснювати лабораторні та стендові випробування (фіксувати виконані роботи у формі патентів);
- 3) продукувати нові ідеї, здійснювати відкриття і винаходи, пропонувати «ноу-хау» (сукупність технічних знань і виробничого, комерційного досвіду, відповідної інформації, необхідних для виготовлення певного виробу; неопубліковані винаходи, які використовують в ліцензійних угодах і ін.). Інформацію на зразок «ноу-хау» передають у формі креслень, проектів, схем, техніко-економічних обґрунтувань, методик, розрахунків тощо.

Останні десятиліття характеризуються збільшенням ролі сфери послуг у світовій економіці. Розширюється спектр пропонованих послуг, спостерігається зростання числа зайнятих у цій сфері. У національних економіках розвинутих країн сфера послуг за значущістю посідає головне місце. Наприклад, у ФРН у цій сфері зайнято 41 % робочої сили, в Італії – 38 %, у Нідерландах – майже 50 %, у США – 73 %. У сфері послуг зайнято більше половини працездатного населення світу. В Україні в даній сфері зайнято лише до 27% працездатного населення. Ці дані свідчать про кращі умови для бізнесу. Так, у сфері послуг в цілому потрібна менша сума початкового (стартового) капіталу для створення

підприємства, у багатьох випадках для цього можна використати власні будинки і квартири, менша необхідність специфічних знань (про технологію виробництва, способи управління тощо).

Вибір сфери підприємницької діяльності здійснюється з урахуванням:

- особистих чинників вибору: власний практичний досвід і потенціал; наявність відповідної освіти й знань; відповідність сфери бізнесу інтересам і захопленням самого підприємця;
- зовнішніх чинників вибору: сучасна економічна ситуація; правові обмеження (заборонена сфери й виду підприємницької діяльності, обов'язкове ліцензування виду підприємницької діяльності); наявність необхідних ресурсів; міра конкуренції в галузі; потреби споживачів сьогодні і в майбутньому.

7.5. Планування успіху підприємницького проєкту

Наявність концепції власної справи є тільки першим етапом створення бізнесу, але надалі перед підприємцем постають вже повністю конкретні питання. Хто є мої споживачі? Де мій ринок? Як я організую виробництво і реалізацію своєї продукції? Хто буде працювати в мене? Скільки коштів необхідно для створення бізнесу? І багато інших питань. Отримати відповіді на ці питання – завдання наступного етапу відкриття власної справи – стадії планування успіху підприємницького проєкту.

Дана стадія передбачає два етапи: підготовчий та основний .

На підготовчому етапі планування успіху підприємницької діяльності підприємець (рис. 7.10):

- збирає та аналізує маркетингову, виробничу й фінансову інформацію, яка стосується бізнесу;
- визначає місію бізнесу, основне призначення та його специфічну роль – те, що відрізняє бізнес від конкурентів;
- оцінює сильні й слабкі аспекти свого бізнесу.

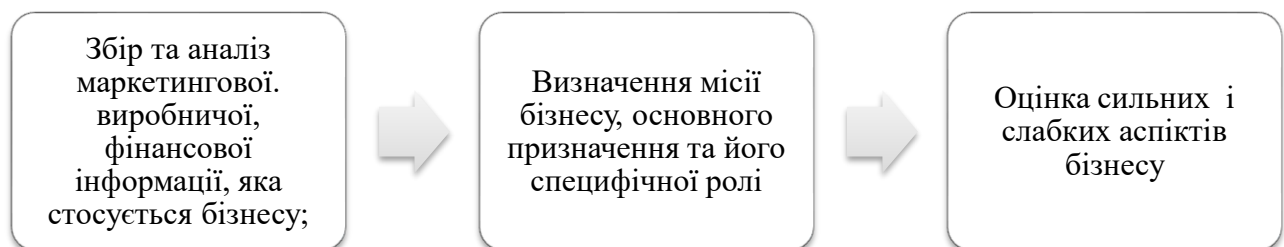


Рис. 7.10 – Складові підготовчого етапу планування успіху підприємницької діяльності

Планування успіху підприємницької діяльності розпочинається зі збору інформації, що стосується майбутнього бізнесу. До такої інформації належить

маркетингова, виробнича та фінансова інформація, інформація про загальноекономічні та галузеві фактори.

Під інформацією розуміють сукупність корисних відомостей, які є об'єктом збирання, реєстрації, зберігання, передавання й перетворення. Інформація є одним із ресурсів, який може накопичуватися, реалізовуватися, поновлюватися, є придатним для колективного використання та (на відміну від інших ресурсів) у процесі споживання не втрачає своїх якостей. Інформація – це головний елемент будь-якої з функцій управління. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією уможливорює отримання ринкових переваг, знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень.

Підприємницька ідея, втілена в будь-якій продукції, може бути успішною лише тоді, коли ця продукція знайде споживача. За умов ринкової економіки споживачам неможливо продати товар, який вони не хочуть купувати. Очевидним є й протилежне – легко продати те, чого люди бажають і що можуть купити. Саме для цього збирають *маркетингову інформацію*, тобто інформацію про:

- потенційних споживачів продукції майбутнього бізнесу, їхні запити і незадоволені потреби;
- технічні, експлуатаційні та споживчі якості аналогічних видів продукції й ціни на них;
- особливості просування даної групи продукції на споживчий ринок, інші відомості, що характеризують ринок майбутнього бізнесу.

Збирання *виробничої інформації* необхідне для вивчення технології виробництва даної продукції, машин та устаткування, ринку сировини та матеріалів, визначення потреби у виробничих площах, встановлення контактів із постачальниками та партнерами, визначення потреби у спеціалістах та їх кваліфікації тощо.

Для успішної реалізації підприємницької ідеї важливим є питання забезпечення необхідними фінансовими ресурсами. Тому необхідно зібрати інформацію про необхідний стартовий капітал, рівень рентабельності аналогічної продукції, про особливості оподаткування, страхування, умови короткострокового та довгострокового кредитування. Ця інформація має назву фінансової. *Фінансова інформація* необхідна для загальної оцінки фінансових аспектів бізнесу. На основі інформації потенційні інвестори судитимуть про рентабельність проєкту, про те, скільки грошей потрібно вкласти в підприємство, щоб поставити його «на ноги» і покрити поточні витрати початкового етапу, про те, яким чином можливо отримати необхідні кошти (випуск акцій, позика та ін.).

Важливим у плануванні успіху підприємницької діяльності – *визначити місію бізнесу, основне його призначення та його специфічну роль*. Місія ніби окреслює межі бізнесу, допомагає уявити можливості та визначити те, на що не треба марно витрачати зусилля. На практиці місія формується в процесі пошуку відповіді на запитання: «Яким бізнесом займатиметься підприємець?».

Для всебічної оцінки бізнесу і майбутніх загроз його розвитку проводять SWOT-аналіз. **SWOT-аналіз** – це, в першу чергу, метод стратегічного планування, що дозволяє визначити сильні і слабкі сторони бізнесу, розрахувати ризики і майбутнє процвітання за рахунок всебічного підходу.

SWOT-аналіз передбачає поділ факторів впливу на 4 групи (рис. 7.11):

S – strengths: сильні сторони вашого бізнесу – це особливі бізнесу, унікальні якості, які виділяють його серед конкурентів на яких робить ставку підприємець у своєму бізнесі. Наприклад, конкурентна ціна, унікальний продукт, кращий на ринку сервіс, бездоганна репутація, інноваційні технології і т.д.;

W – weaknesses: слабкі сторони. Вони визначаються тим, що недостатнє у бізнесу порівняно з конкурентами. Наприклад, висока собівартість продукту, вузька цільова аудиторія та інше.

O – opportunities: можливості. Наприклад, конкурент закриває всі магазини у вашому місті і всі потенційні покупці звертаються до вас;

T – threats: загрози. Наприклад, у конкурентів вищі рекламні бюджети, товар легший у використанні та ін.

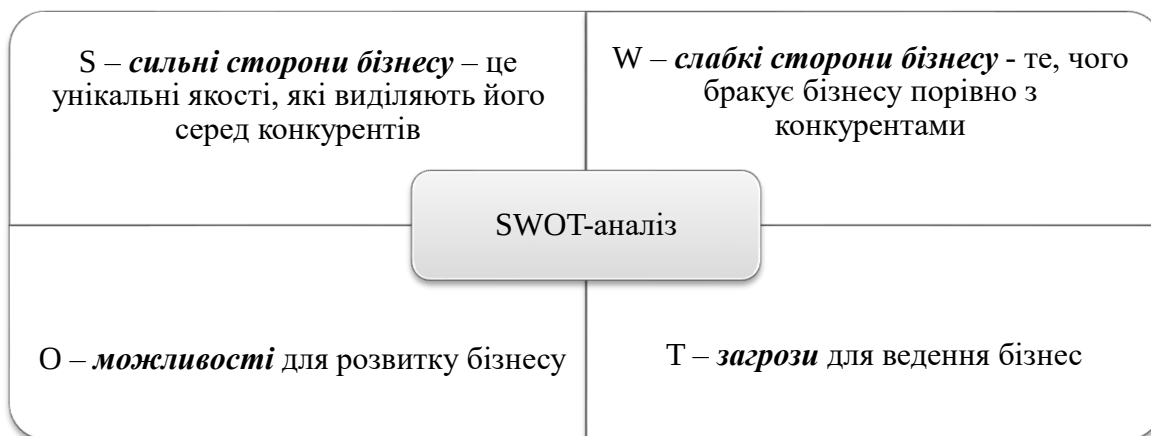


Рис. 7.11 – Елементи SWOT-аналізу бізнесу

Важливо відзначити, що перші два фактори SWOT-аналізу відносяться до внутрішніх, а останні два – до зовнішніх. Зовнішні елементи відносяться до політичної ситуації, суспільства, економіки та ін.

Основний етап планування успіху підприємницького проєкту **передбачає процес написання бізнес-плану**. Головна мета цього етапу – обґрунтувати економічну доцільність створення обраного виду бізнесу. Сформульовані на попередньому етапі місія, цілі та стратегія створюють каркас бізнес-плану.

У загальному вигляді **бізнес-план** – це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого започаткованого комерційного проєкту. Він дозволяє передбачати заходи щодо реалізації бізнес-ідеї, визначати необхідне фінансове забезпечення і отримання певного зиску. Практично його можна вважати формою експертної оцінки доцільності та ефективності здійснення тієї або іншої підприємницької ідеї.

Більш детальніше планування успіху підприємницького проєкту розглядається у курсі «Бізнес-планування».

7.6. Реалізація підприємницького проекту

Реалізація підприємницького проекту охоплює такі стадії (рис. 7.12):

- визначення шляхів і потенційних джерел залучення фінансових коштів для реалізації проекту;
- проведення презентації бізнес-плану й переговорів з потенційними інвесторами та кредиторами;
- реєстрація бізнесу.

Одне із найскладніших завдань під час запуску бізнесу – це **фінансування**. Фінансування нового бізнесу є досить проблематичним питанням, оскільки залучити гроші на розвиток новоствореної компанії дуже складно, через високий ризик їх неповернення.

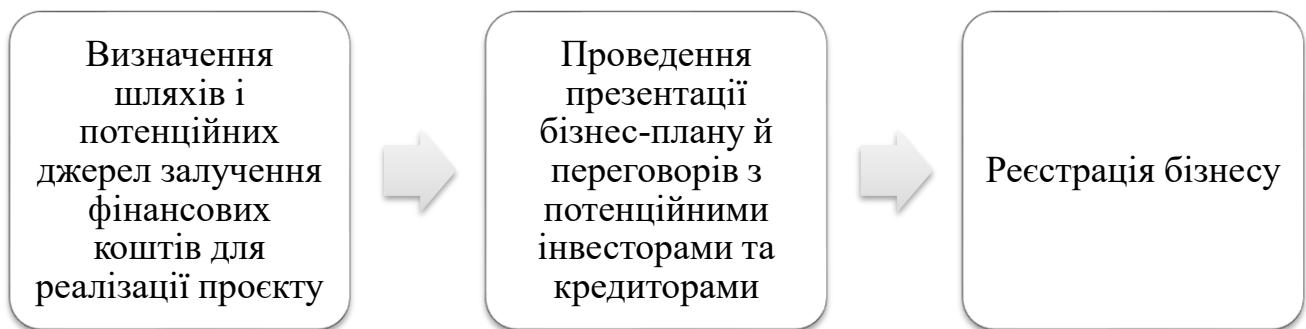


Рис. 7.12 – Стадії реалізації підприємницького проекту

Основними моделями фінансування стартапів є: власні кошти; кредити банків; модель «3Д»: Friends + Family + Fools – друзі та родина; франшиза; венчурні інвестиційні фонди; бізнес-інкубатори, бізнес-ангели; конкурси; бізнес-акселератори; краудфандинг; Smart money (розумні гроші); стратегічні інвестори; субсидії держави; IPO.

Вибір моделі фінансування залежить від специфіки самої ідеї, інвесторів, ресурсів та можливостей. Головними інвесторами виступають венчурні інвестиційні фонди, бізнес-ангели, бізнес-інкубатори та краудфандинг.

Венчурний інвестиційний фонд – це інвестиційний фонд, діяльність якого спрямована на інвестування інвестиційних проектів на ранніх стадіях свого розвитку. Такі організації як правило воліють брати участь у бізнесі.

Бізнес-ангел – це приватна особа, що володіє капіталом, який вкладає в невеликі інвестиції на нульовому або початковому етапі в обмін на повернення вкладень і долю в капіталі. Перевага "ангельського" інвестування в тому, що підприємцю не просто дають гроші, але й буквально стежать за кожним кроком, підказують і направляють, а головне – діляться контактами та вводять у ділове коло. Український ринок нині представлений такими бізнес-ангелами: UAngel; UAban; Investment Mosaic і Startup.ua.

Бізнес-інкубатори є моделлю підтримки бізнесу на ранній стадії, яка передбачає інтенсивний розвиток проекту в найкоротші терміни. Для швидкого виходу на ринок проекту забезпечуються інвестування, інфраструктура, експертна і інформаційна підтримка. Прикладами бізнес-інкубаторів в Україні є: EastLabs, iHUB, Happy Farm, GrowthUp, WannaBiz, Voomy IT-парк і Polytesco.

Фінансування за схемою краудфандингу відбувається на основі колективної співпраці людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через мережу Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій. В Україні функціонують такі платформи: Biggggidea; Kickstart; Ideax Nescafe.

Наступною стадією реалізації підприємницького проєкту є **проведення презентації бізнес-плану й переговорів з потенційними інвесторами та кредиторами**.

Презентація бізнес-плану – це короткий виклад основних положень бізнес-плану на переговорах з інвесторами й потенційними партнерами.

Основними цілями презентації бізнес-плану є: демонстрація кращих якостей підприємця, переконання інвесторів у компетентності керівництва фірми, початок діалогу з потенційними інвесторами й кредиторами.

Під час презентації бізнес-плану варто зосередити увагу на питаннях, які характеризують: фірму та її продукцію, споживачів і конкурентів, стратегію маркетингу фірми, необхідні обсяги первинного фінансування і мети, на які будуть спрямовані засоби, умови й терміни повернення кредиторам і інвесторам засобів, що залучаються. Зазвичай презентація охоплює сім основних положень, що представлені на рис. 7.13.



Рис. 7.13 – Основні положення презентації бізнес-плану

Підвищити ефективність презентації бізнес-плану допомагають своєчасне надання копій бізнес-плану учасникам презентації; проведення презентації у формі діалогу; широке використання наочних матеріалів; акцентування уваги на питаннях ринку й компетенції команди менеджерів фірми.

Презентація передувє початку переговорів з потенційними інвесторами і партнерами, при цьому відбувається узгодження умов й оформлення договорів.

Завершальною стадією *реалізації підприємницького проекту є реєстрація бізнесу*. На сьогодні організація та здійснення бізнесу в розвинених країнах світу базується на принципах повідомлення. Тобто майбутній власник бізнесу повинен лише повідомити державні органи про намір зайняття певною підприємницькою діяльністю. В Україні займатись підприємницькою діяльністю без державної реєстрації заборонено. Саме тому, організація та здійснення бізнесу стають можливими лише після проведення його державної реєстрації. Державним реєстратором проводиться державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності за місцезнаходженням юридичної особи або за місцем проживання фізичної особи-підприємця.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Логіка процесу створення власної справи – це послідовність прийняття управлінських рішень, спрямованих на втілення бізнес-ідеї підприємницької діяльності. Логіка процесу створення власної справи включає такі три етапи: розробку концепції бізнесу; планування успіху підприємницького проекту; реалізацію підприємницького проекту.

Концепція бізнесу – це те, з чого починається бізнес; концептуальний опис ключової бізнес-ідеї та формату бізнесу.

Розробка концепції бізнесу – це послідовність прийняття управлінських рішень, спрямованих на обґрунтування підприємницької ідеї, способу входження в бізнес та організаційно-правової форми бізнесу.

Бізнес-ідея – це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення

Новий товар – товар, який принципово відрізняється від наявних на ринку товарів або має серйозні якісні вдосконалення порівняно з товарами-аналогами щодо споживчих якостей, дизайну, форми тощо.

Процес накопичення ідей – це результат осмислення навколишнього середовища: товарного ринку, кон'юнктурної ситуації, поведінки споживачів, рівня конкуренції, правового поля, специфіки галузі економіки, практичного досвіду існуючих фірм, досягнень науки, техніки і технології.

Банк підприємницьких ідей – це перелік того, що могло б скласти при необхідності потенційні невикористані можливості підприємницької діяльності.

Матриця просювання ідей – це інструмент виявлення найбільш життєздатної ідеї, де результати виражаються в цифровій формі.

Планування успіху підприємницького проекту – це процес написання бізнес-плану, обґрунтування економічної доцільності створення бізнесу. Написання бізнес-плану здійснюється на основі: збору інформації та попереднього аналізу маркетингової, виробничої та фінансової інформації; визначення місії; оцінки сильних і слабких сторін бізнесу; аналізу стратегічних альтернатив і вибору стратегії діяльності.

Бізнес-план – це ретельно підготовлений плановий документ, який розкриває усі сторони будь-якого започатковуваного комерційного проекту.

Реалізація підприємницького проекту – це послідовність прийняття управлінських рішень, спрямованих на: визначення шляхів і потенційних джерел залучення фінансових коштів для реалізації проекту; проведення презентації бізнес-плану і переговорів з потенційними інвесторами та кредиторами; реєстрацію фірми.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Що являє собою логіка процесу створення власної справи?
2. З яких етапів складається процес створення власної справи?
3. Що являє собою концепція бізнесу та яке значення має концепція бізнесу для підприємця-початківця?
4. На які питання необхідно надати відповідь при побудові концепції бізнесу?
5. З яких етапів складається процес розробки концепції бізнесу?
6. Що являє собою бізнес-ідея?
7. Що є конкретним проявом підприємницької ідеї?
8. Які Вам відомі джерела формування бізнес-ідей?
9. Як генеруються бізнес-ідеї?
10. Що Ви розумієте під банком підприємницьких ідей?
11. Що являє собою технологія вибору бізнес-ідей?
12. Що враховує підприємець при визначенні реальності бізнес-ідеї?
13. З якою метою використовують матрицю просіювання бізнес-ідей?
14. Які етапи проходить у своєму розвитку бізнес-ідея?
15. Які розрізняють сфери для заняття підприємницькою діяльністю?
16. Що впливає на вибір сфери підприємницької діяльності?
17. Які вам відомі різновиди послуг матеріально-виробничого характеру?
18. Які Вам відомі різновиди послуг нематеріального характеру?
19. Чим Ви можете обґрунтувати привабливість сфери послуг для започаткування бізнесу?
20. Як Ви розумієте сутність етапу планування успіху підприємницької діяльності?

21. Які основні проблеми повинен вирішити підприємець на етапі планування успіху підприємницької діяльності?
22. З яких стадій складається реалізація підприємницького проекту?
23. Які основні проблеми повинен вирішити підприємець на етапі реалізації підприємницького проекту?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Визначте логічну послідовність етапів створення власної справи:

- а) вибір способу входження у бізнес; обґрунтування підприємницької ідеї; вибір організаційно-правової форми підприємництва;
- б) розробка концепції бізнесу; планування успіху підприємницького проекту; реалізація підприємницького проекту;
- в) прийняття рішення про підприємницьку діяльність на основі підприємницької ідеї; планування успіху підприємницького проекту; презентація бізнес-ідеї, реєстрація бізнесу;
- г) пошук бізнес-ідеї; пошук фінансових ресурсів на втілення бізнес-ідеї; покупка необхідного обладнання; підбір персоналу; реєстрація бізнесу.

2. Технологія створення бізнесу:

- а) залежить від специфіки обраної сфери діяльності;
- б) єдина для усіх можливих сфер підприємницької діяльності.

3. Розробка концепції бізнесу передбачає:

- а) визначення технології виробництва продукції на основі ідеї підприємницької діяльності;
- б) прийняття рішення про підприємницьку діяльність та визначення потреби бізнесу у фінансових ресурсах;
- в) обґрунтування бізнес-ідеї та сфери підприємницької діяльності; вибір організаційно-правової форми бізнесу та способу входження у бізнес;
- г) опис бізнес-ідеї та розрахунок показників економічної ефективності від її реалізації.

4. Основними етапами планування підприємницького успіху є такі:

- а) вибір організаційно-правової форми підприємництва та способу входження у бізнес, розрахунок планових показників ефективності бізнесу;
- б) накопичення підприємницьких ідей, вибір конкретних ідей з наявного переліку, порівняльний аналіз підприємницьких ідей;
- в) збір необхідної інформації для розробки бізнес-плану та розробка бізнес-плану;

- г) реєстрація бізнесу, визначення можливого доходу від бізнесу та презентація бізнес-плану.

5. Основними етапами реалізації підприємницького проєкту є такі:

- а) визначення шляхів первинного фінансування бізнесу, проведення переговорів з потенційними інвесторами шляхом презентації бізнес-плану, реєстрація бізнесу;
- б) порівняльний аналіз підприємницьких ідей та визначення можливого доходу від бізнесу;
- в) розрахунок показників економічної ефективності підприємницького проєкту.

6. Концептуальний опис ключової бізнес-ідеї, формату бізнесу, які дають підприємцю переваги над конкурентами – це:

- а) бізнес-ідея;
- б) концепція бізнесу;
- в) підприємницький проєкт;
- г) бізнес-план.

7. Одна з проблем, яку повинен вирішити підприємець на етапі розробки концепції бізнесу:

- а) визначити потреби бізнесу у фінансових ресурсах;
- б) розрахувати показники економічної ефективності від реалізації бізнес-ідеї;
- в) обрати спосіб входження в бізнес;
- г) зібрати необхідну інформацію для розробки бізнес-плану.

8. Конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення – це:

- а) підприємницька ідея (бізнес-ідея);
- б) концепція бізнесу;
- в) підприємницький проєкт;
- г) бізнес-план.

9. Найбільш розповсюдженим способом входження у бізнес є:

- а) придбання готового бізнесу;
- б) створення нового бізнесу;
- в) купівля франшиз;
- г) злиття та поглинання.

10. Найбільш швидким способом входження у бізнес вважається:

- а) придбання готового бізнесу;
- б) створення нового бізнесу;
- в) купівля франшиз;

г) злиття та поглинання.

11. Підприємницька ідея – це:

- а) найменування виду діяльності у визначеній сфері;
- б) знання про доцільність та можливість займатися певним видом бізнесу, цілі, шляхи та засоби її втілення;
- в) перелік того, що могло б скласти при необхідності потенційні невикористані можливості підприємницької діяльності;
- г) рекомендації родичів, знайомих для відкриття бізнесу у певній сфері діяльності.

12. Доповніть джерела бізнес-ідей:

- а) _____;
- б) _____;
- в) ідеї науковців, які проводять теоретичні та прикладні дослідження;
- г) відвідування ярмарок та виставок передового досвіду;
- д) ідеї потенційних конкурентів, публікації в професійних виданнях.

13. Для того, щоб упровадження бізнес-ідеї принесло ефект, їх повинно бути:

- а) багато;
- б) небагато;
- в) одна.

14. Джерелом ідеї підприємницької діяльності є:

- а) інформація в засобах масової інформації;
- б) організаційно-правова форма бізнесу;
- в) бізнес-план;
- г) підприємницький проєкт.

15. Одним із критеріїв, за яким відбувається відбір бізнес-ідей є:

- а) можливість залучення інвестицій;
- б) розвиток науки, техніки та технологій;
- в) стан розвитку товарного ринку;
- г) поведінка споживачів.

16. Ствердження, що «нові бізнес-ідеї є швидше винятком»:

- а) правильне;
- б) неправильне.

17. Банк підприємницьких ідей – це:

- а) перелік того, що могло б скласти потенційні невикористані можливості підприємницької діяльності;
- б) ідеї потенційних конкурентів;
- в) знання певного виду підприємницької діяльності, шляхів створення підприємства у відповідній сфері або галузі народного господарства;
- г) опис того, чим ви любите займатися.

18. Банком підприємницьких ідей можна скористатися коли:

- а) якась сфера діяльності стане збитковою для підприємця і виникне необхідність пошуку перспективних, рентабельних сфер бізнесу;
- б) складається список сильних сторін бізнесу;
- в) складається список конкурентів бізнесу;
- г) аналізується сфера діяльності бізнесу.

19. Матриця просіювання ідей – це:

- а) інструмент виявлення найбільш життєздатної ідеї, де результати виражаються в цифровій формі;
- б) метод управління проєктами;
- в) метод реалізації проєкту;
- г) ділове проєктування.

20. Етапом, який слідує за етапом зародження бізнес-ідеї є:

- а) складання ділового плану реалізації бізнес-ідеї;
- б) проведення техніко-економічного обґрунтування бізнес-ідеї;
- в) етап зняття невизначеностей;
- г) обґрунтування схеми фінансування бізнес-ідеї.

21. До сфери матеріального виробництва належать:

- а) виробництво предметів споживання;
- б) проведення лабораторних та стендових випробувань;
- в) продукування нових ідей та здійснення відкриттів та винаходів;
- г) складання програм для ЕОМ.

22. До послуг матеріально-виробничого характеру, наданням яких може зайнятися підприємець, належать:

- а) частина послуг транспорту, торгівлі, зв'язку, готельні послуги;
- б) проведення лабораторних та стендових випробувань;
- в) різноманітні науково-дослідні послуги;
- г) виробництво машин, обладнання та устаткування.

23. До послуг нематеріального характеру, наданням яких може зайнятися підприємець, належать:

- а) послуги хімчистки, ремонту й обслуговування машин, годинників;
- б) готельні послуги;
- в) складання програм для ЕОМ;
- г) послуги зі створення підприємства.

24. Особистими чинниками вибора підприємцем сфери підприємницької діяльності є:

- а) обмеження щодо ліцензування видів підприємницької діяльності;
- б) потенціал розвитку підприємницької діяльності;

- в) відповідність сфери бізнесу інтересам підприємця;
- г) захоплення родичів.

25. *Зовнішніми чинниками, що визначають вибір підприємцем сфери підприємницької діяльності, є:*

- а) правові обмеження у здійсненні підприємницької діяльності;
- б) практичний досвід ведення бізнесу;
- в) відповідність сфери бізнесу інтересам підприємця;
- г) захоплення самого підприємця.

26. *Основний етап планування успіху підприємницького проекту – це:*

- а) розробка бізнес-плану;
- б) пошук бізнес-ідеї;
- в) реєстрація бізнесу;
- г) презентація бізнес-плану.

27. *На підготовчому етапі планування підприємницького успіху підприємець:*

- а) збирає і аналізує маркетингову, фінансову та виробничу інформацію;
- б) оцінює сильні та слабкі сторони свого бізнесу;
- в) складає бізнес-план;
- г) визначає основне призначення бізнесу.

28. *Інформація про технічні, експлуатаційні та споживчі якості аналогічних видів продукції й ціни на них є складовою:*

- а) маркетингової інформації;
- б) виробничої інформації;
- в) фінансової інформації бізнесу.

29. *Унікальні якості, які виділяють бізнес серед його конкурентів це:*

- а) сильна сторона бізнесу;
- б) слабка сторона бізнесу;
- в) можливості для бізнесу.

30. *Завершальною стадією реалізації підприємницького проекту є:*

- а) проведення переговорів з потенційними інвесторами та кредиторами;
- б) визначення шляхів і потенційних джерел залучення фінансових коштів для реалізації проекту;
- в) проведення презентації бізнес-плану;
- г) реєстрація бізнесу.

31. *Проведення переговорів з потенційними інвесторами передбачає:*

- а) первинне фінансування бізнесу;
- б) проведення презентації бізнес-плану;
- в) пошук ідеї бізнесу;
- г) всебічну оцінку бізнесу і майбутніх загроз.

32. Найскладнішою проблемою формування підприємницької діяльності в Україні є:

- а) недоліки українського законодавства;
- б) дефіцит фінансових ресурсів для організації власної справи;
- в) нестача кваліфікованого персоналу;
- г) формування стартового капіталу для створення бізнесу.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Ви маєте намір започаткувати власну справу. 1. Складіть перелік ідей для бізнесів (тільки продукти чи послуги), якими б Ви хотіли б займатися. 2. Після складання списку потенційних бізнес-ідей для Вашої підприємницької діяльності:

- викресліть надто складні або нецікаві ідеї;
- визначте особливо цікаві бізнес-ідеї;
- оберіть з переліку цікавих ідей можливо прибуткові.
- оберіть з привабливих ідей менш ризиковані.

Завдання 2

З бізнес-ідей, які згенеровані у завданні 1, оберіть одну найперспективнішу та найбільш реалістичну на ваш погляд. Обґрунтуйте Ваше рішення про підприємницьку діяльність на основі обраної підприємницької ідеї. Сформууйте концепцію Вашого бізнесу у вигляді інформації таблиці.

Концепція бізнесу _____

Найменування бізнесу	
Вид діяльності	
виробництво таких видів продукції	
надання таких видів послуг	
відкриття такого типу магазину (роздрібна / оптовий продаж)	
Потенційні споживачі	
Спосіб продажу продукції / послуг	
Задоволення таких потреб клієнтів	

Завдання 3

Використовуючи метод мозкового штурму знайдіть ділові можливості для виробництва, торгівлі та надання послуг по темі «Лісові ягоди» або «Бджільництво». Сформууйте бізнес-ідеї та подайте інформацію у вигляді таблиці.

Ділові можливості на тему «Лісові ягоди»

№ у/п	ІДЕЯ (короткий опис)	ТОВАР (продукт, послуга)

Ділові можливості на тему «Бджільництво»

№ у/п	ІДЕЯ (короткий опис)	ТОВАР (продукт, послуга)

Завдання 4

Оберіть одну з бізнес-ідей за даними таблиці 2-го завдання. Надайте обґрунтовані відповіді на такі запитання:

1. В яких випадках ваші покупці використовують ваш продукт (послугу)?
2. Яка головна користь вашого продукту (послуги)?
3. Яка додаткова користь вашого продукту (послуги)?
4. Чи всі властивості вашого продукту (послуги) потрібні споживачеві?
5. Як було б варто вдосконалити ваш продукт (послугу)?
6. Якщо б ви були покупцем, чи купили б ви свою продукцію? Якщо так, то що було б головним аргументом? Якщо ні, то чому?
7. Як має виглядати ідеальний продукт (послуга) з точки зору споживача?

Завдання 5

Визначте з наведеного нижче переліку, що є місією таких відомих світових компаній: Apple Computer, Canon, McDonald's, Microsoft Corporation, Nokia, Starbucks.

Компанія	Місія компанії
	«Допомагати людям і бізнесам в усьому світі повністю реалізувати свій потенціал»
	«З'єднуючи людей, ми допомагаємо задоволенню фундаментальної людської потреби у зв'язку й соціальному контакті»
	«Ми пропонуємо комп'ютери найвищої якості для людей в усьому світі»
	«Спільна робота й життя для загального блага»
	«Стати провідним постачальником кращих сортів кави у світі, дотримуючись в ході росту компанії наших непохитних принципів (місце роботи, де поважають співробітників; культурна розмаїтість; найвищі стандарти роботи з кавою, задоволення клієнтів; внесок у місцеве співтовариство; прибутковість)»
	«Швидко, якісне обслуговування клієнтів за допомогою стандартного набору продуктів»



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Підприємницька ідея та механізм її втілення.
2. Методи генерації та вибору бізнес-ідеї.
3. Характеристика сфер підприємницької діяльності.
4. Розробка концепції бізнесу.
5. Основні ризики при організації власної справи.
6. Приклади найбільш вдалих та високодохідних нових ідей бізнесу в Україні та світі.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Доброва Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
2. Започаткування і розвиток власної справи. Практичний посібник для підприємців-початківців. / Д. Рьоннеке, М. Флінта, Р. Баран, А. Дмитрах. Львів, 2016. 130 с.
3. Мазнєв Г.Є., Артеменко О.О., Колпаченко Н.М. Відкриття власного бізнесу: Навчальний посібник. Харків. : Вид-во «Майдан», 2010. 113 с.
4. Основи підприємництва: підручник / [Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.] ; під заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.
5. Остапчук А. Д., Збарська А. В. Організація підприємницької діяльності у фірмі: навч. посібник. К.: КиМУ, 2015. 273 с.
6. Створення власного бізнесу: навч. посібник / А. М. Колот, Г. О. Швиданенко, та ін. К. : КНЕУ, 2017. 311 с.
7. Учебное пособие «Азбука предпринимателя» для потенциальных и начинающих предпринимателей. М.: АО «Корпорация «МСП», 2016 140 с.
8. Цикл презентацій «Уроки лідерів» про найвідоміших теоретиків і практиків бізнесу, які збудували себе і змінили світі. URL: http://www.lim.lviv.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=179%3A2012-04-06-20-48-32&catid=13%3A2009-03-11-22-00-23&Itemid=13&lang=uk

- 8.1. Можливі способи входження у бізнес.
- 8.2. Створення бізнесу «з нуля».
- 8.3. Придбання існуючого бізнесу.
- 8.4. Бізнес за франшизою.
- 8.5. Прямий та мережевий маркетинг.
- 8.6. Фріланс та консультування.

📖 Основні поняття та терміни: створення власної справи «з нуля», придбання існуючого бізнесу, франчайзинг, ліцензіар, франшиза, франчайзингова система (мережа), франчайзинговий пакет, майстер-франшиза, марка, товарний знак, паушальний внесок, роялті, прямий маркетинг, мережевий маркетинг, фрілансер, консультант.

8.1. Можливі способи входження у бізнес

Після того як майбутній підприємець визначився з бізнес-ідеєю, яку бажає реалізовувати, та сферою своєї підприємницької діяльності, перед ним постає питання щодо способу входження у бізнес. У кожного свій шлях у бізнес і таких шляхів існує дуже велика кількість. Незважаючи на схожість цих шляхів, у кожного бізнесмена є власні, неповторні нюанси. В цьому і полягає перевага бізнесу – кожен може привнести в нього власні, лише йому властиві деталі.

В той же час можна виділити декілька основних способів входження у бізнес, що представлені на рис. 8.1.

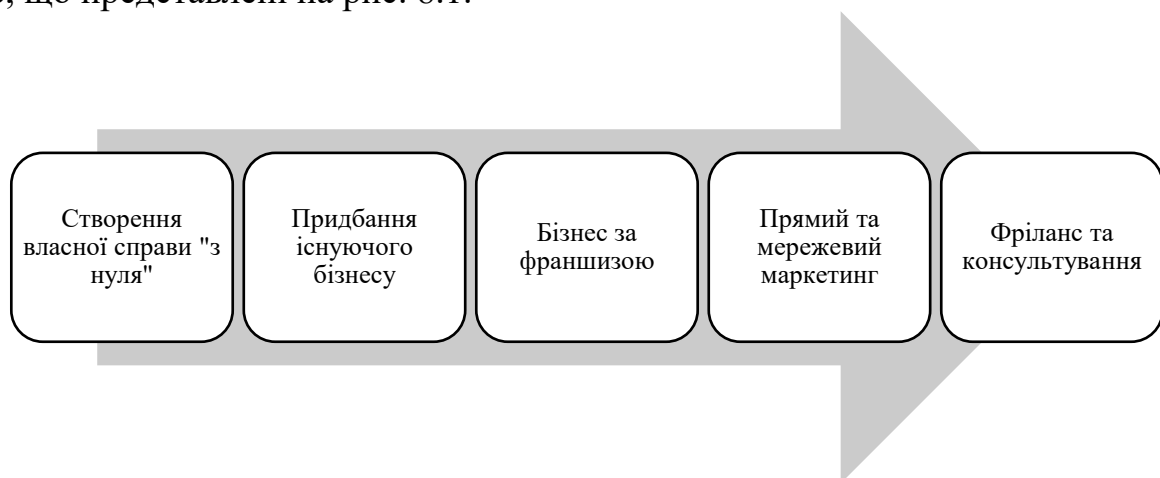


Рис. 8.1 – Способи входження в бізнес

Розглядаючи шляхи входження в бізнес, хтось надає перевагу створенню власного бізнесу «з нуля», інші вважають доцільним придбання вже існуючого бізнесу, треті приймають рішення працювати за франшизою, четверті докладають зусиль з метою стати бізнес-партнером в успішно функціонуючій справі. Для когось достатнім є вкладання грошей в акції або пакети акцій акціонерного товариства.

Перш ніж вибрати один із зазначених способів, слід визначити, який ступінь самостійності потребує людина для успішного ведення справ. Так, наприклад, ті, хто не хоче від когось залежати та бажає втілювати власні ідеї у життя, як правило, створюють власну справу «з нуля». Також важливим фактором при обранні способу входження в бізнес виступає розмір стартового капіталу, який має у своєму розпорядженні майбутній підприємець для створення власної справи.

Таким чином, вибираючи спосіб входження в бізнес, до уваги беруть такі фактори:

- можливість реалізувати свій власний потенціал;
- фінансові можливості;
- швидкість входження в бізнес;
- наявність обґрунтованої бізнес-ідеї;
- вид бізнесу та стратегічні перспективи;
- інші ринкові фактори.

Кожен із зазначених способів входження у бізнес має свої особливості, переваги й недоліки, які також доцільно враховувати приймаючи рішення. Далі розглянемо особливості кожного способу входження у бізнес.

8.2. Створення бізнесу «з нуля»

Створення власної справи «з нуля» є найбільш ризикованим, тому що при організації нової справи ризик завжди вище в порівнянні з іншими способами ведення бізнесу. Разом з тим, якщо починати підприємницьку діяльність «з нуля», в деяких випадках може вистачити досить невеликої суми початкового капіталу, що є безперечною перевагою даного способу. Проте, слід зазначити, що при започаткуванні нового бізнесу у більшості випадків підприємець стикається досить великими фінансовими витратами. Тому, якщо втілення в життя бізнес-ідеї все ж таки потребує великих стартових витрат, підприємець має можливість звернутись до державних, громадських або приватних структур підтримки підприємництва, а також використати можливості міжнародної технічної допомоги.

Приблизно дві третини підприємців вважають за доцільне розпочинати власну справу, а ні купувати вже існуючий бізнес. Більшість засновників власного бізнесу вже мають досвід практичної роботи у якості найманого

працівника та вважають, що запорукою їхнього успіху є: по-перше, вміння робити абсолютно звичайні речі, а, по-друге, вміло використовувати налагоджені професійні зв'язки.

Переваги та недоліки створення власної справи «з нуля» наведено на рис. 8.2.

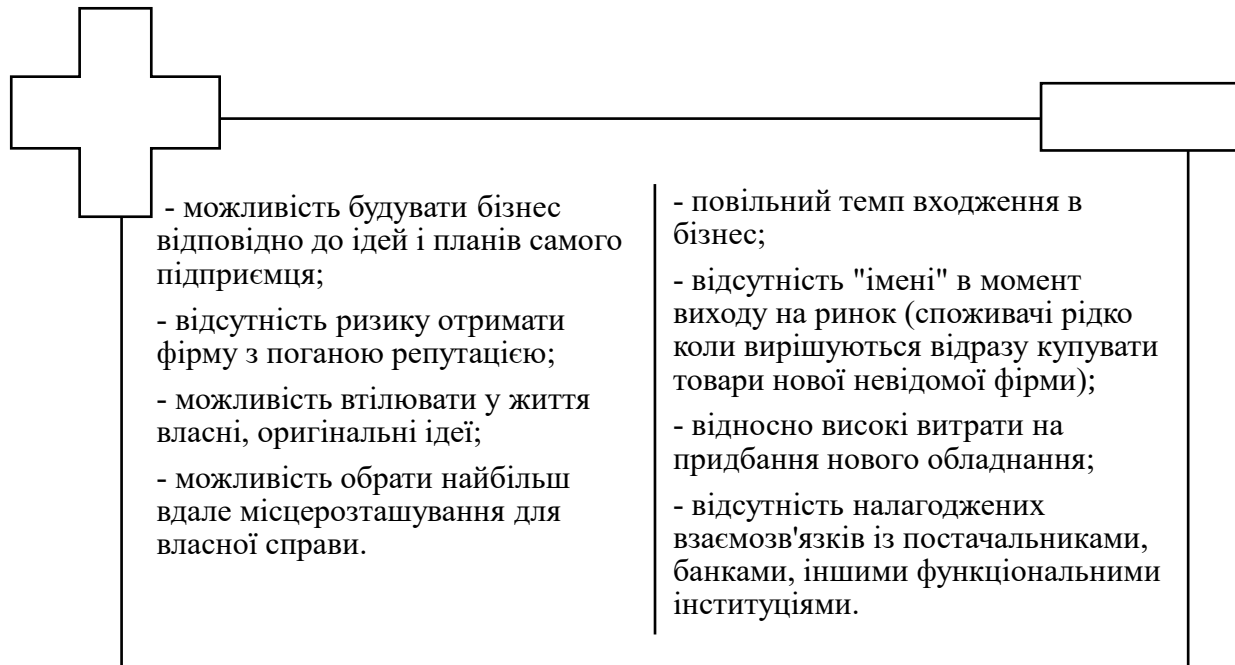


Рис. 8.2 – Переваги та недоліки створення власної справи «з нуля»

При створенні власного бізнесу «з нуля» особливо важливим є:

- вивчення й використання досвіду аналогічного бізнесу;
- наявність професійних знань та навичок в обраній сфері діяльності;
- економічна обґрунтованість доцільності створення нового бізнесу;
- налагодження ділових контактів.

Поради для підприємців, що започатковують власну справу «з нуля»:

1. *Необхідно приділити велику увагу рекламі.* Для того, щоб клієнти дізналися про новий бізнес, необхідно про себе заявити. Треба активно рекламувати нові послуги чи товари. Можна створити власний сайт або сторінку в соціальних мережах. Крім того, важливе значення має й «сарафанне радіо» – необхідно розказувати про власний бізнес друзям, знайомим, сусідам. Дехто з них точно зацікавиться тим, що пропонує новий бізнес.

2. *Необхідно постійно працювати над репутацією нового бізнесу.* Після того, як у з'являться перші клієнти, не треба «розслаблятися». Саме час працювати на репутацію. Необхідно продовжувати розвивати власні вміння та підвищувати кваліфікацію. Наприклад, ходити на семінари, пов'язані зі сферою діяльності бізнесу, відвідувати виставки та інші заходи. Важливо також знайомитися з конкурентами.

3. *Важливо мати план подальшого розвитку.* Новий бізнес вже має регулярний потік клієнтів, приносить прибуток, але не треба зупинятися на досягнутому. Рух – це життя. Для ведення успішного бізнесу потрібно постійно

розвиватися. Треба намітити нові цілі. Це може бути розширення наявного виробництва або дослідження нових сфер діяльності.

4. *Необхідно завжди бути готовим до будь-якого розвитку подій.* Треба заздалегідь прорахувати всі можливі варіанти розвитку подій. До того, як відкрити власну справу, підприємець має запитати себе, що він втратить в разі невдачі. Він повинен бути готовий й до такого розвитку подій. Однак, не варто акцентувати на труднощах та опускати руки при найменших невдачах.

5. *Треба завжди вірити в успіх.* Вірити у власний успіх не менш важливо, ніж робити певні кроки в напрямку своєї мети. Правильний настрій допоможе підприємцю-початківцю швидко знайти рішення будь-якого завдання.

8.3. Придбання існуючого бізнесу

Другим поширеним способом відкриття власного бізнесу, який широко використовується в усіх країнах світу, у тому числі й в Україні, є **придбання існуючого бізнесу**, тобто підприємець знаходить фірму з певними характеристиками та купує її. Таким чином, для реалізації власного бізнесу, зокрема і власної ідеї, необов'язково створювати підприємство «з нуля» – можна придбати вже існуючий на ринку реально діючий бізнес. Такий спосіб входження у бізнес може значно зменшити ризик підприємницького починання. На рис. 8.3 подано переваги й недоліки такого способу входження в бізнес. Списки підприємств, які пропонуються до продажу, публікуються у спеціалізованих виданнях та на спеціалізованих сайтах Інтернету.

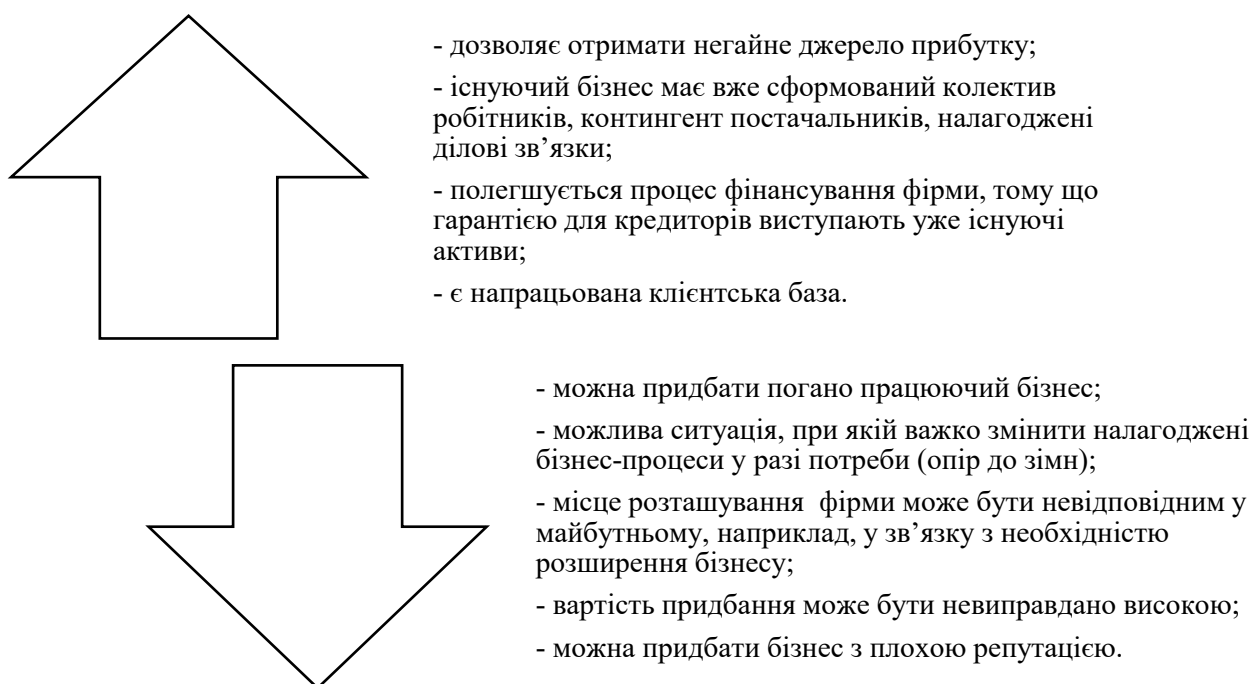


Рис. 8.3 – Переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу

Багато хто вважає, що якщо магазин або кав'ярня продаються, то це означає, що від такого бізнесу бажають позбутися, тому що він збитковий. Однак це хибна думка.

Адже бізнес можуть продавати, наприклад через те, що господар хоче змінити місце проживання (переїзд в іншу країну, місто), зайнятися іншим проектом, який йому більше до душі.

А також є люди, які заробляють на цьому. Вони відкривають, розвивають справу, а потім виставляють на продаж.

Таким чином, слід також мати на увазі, що купівля-продаж бізнесу може бути самостійною підприємницькою діяльністю, суть, якої полягає в тому, що, створюється новий або купується існуючий бізнес, який бореться за виживання або перебуває на грані банкрутства. Потім налагоджується новий бізнес проводиться реорганізація існуючого, і суб'єкт підприємництва продається як прибутковий, тобто він «розкручується», а потім продається з прибутком для підприємця.

Купівля існуючого бізнесу передбачає ретельну об'єктивну і суб'єктивну оцінку: власних цілей підприємця і покупця; підприємства, яке купується, і умов його продажу; можливих наслідків придбання бізнесу.

Успіх будь-якого придбання підприємства залежить головним чином від самого підприємця – від того, як він продумав, як реалізував угоду, як реорганізував виробничий процес на підприємстві. На першому етапі підприємець повинен скласти список підприємств, які продаються. За кожним з цих підприємств складається довідка, яка містить відомості про систему управління, продукти й послуги, фінансовий стан, організації виробничого процесу, кадрову ситуацію. Підприємства, які пройшли перший етап відбору, у подальшому аналізуються більш детально.

Найбільш складне питання купівлі існуючого бізнесу – це визначення його вартості. На практиці поширені чотири основних методи оцінювання вартості фірми: балансовий; метод доходів; ринковий та експертний методи.

Необхідно також оцінити альтернативні варіанти вкладення коштів, наприклад, може бути вигідніше грошові кошти покласти на депозитний рахунок у банку. Інакше кажучи, необхідно проаналізувати й порівняти можливий рівень прибутковості вкладення грошових коштів.

Певна непрозорість угоди відлякує більшість бажаючих, адже ніхто так не знає бізнес, як його власник. Але все ж таки, перспектива відразу отримувати прибуток, не витративши сили на організацію, створення, розвиток бізнесу перебиває всі сумніви і страхи. Варто зазначити, що перед придбанням існуючого бізнесу треба провести грамотний аналіз з підтримкою стороннього фахівця, оцінити відгуки клієнтів, відносини в колективі, позицію на ринку та репутацію компанії. Таким чином, здійснюючи покупку існуючого бізнесу необхідно враховувати наступне:

- вивчити й проаналізувати переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу;
- оцінити ринкові перспективи бізнесу, який планується придбати;

- оцінити нематеріальні активи;
- провести оцінку ринкову вартість обраного бізнесу;
- залучити спеціалістів (адвокатів, юристів, оцінщиків, аудиторів);
- знати як можна захиститися від безчесного продавця.

8.4. Бізнес за франшизою

Ще однією альтернативою входження в бізнес є придбання франшизи, тобто ліцензії, яка дає суб'єкту підприємництва право на продаж (виробництво, здійснення певної діяльності) товарів чи послуг великого підприємства, що вже добре відоме споживачам та користується попитом.

Не всім дано бути самостійними незалежними підприємцями. Для цього необхідна готовність йти на ризик, постійний пошук новаторських рішень. Більшість людей віддає перевагу таким формам підприємницької діяльності, які надають більшу впевненість і надійність у досягненні мети. Саме для такої категорії людей привабливий франчайзинг, як один із способів входження в бізнес. Ведення бізнесу на основі придбаної франшизи підходить не для кожного, тому що це все ж таки не те саме, що бути власником самостійного бізнесу. Покупці франшизи – унікальний гібрид боса й службовця. Підприємець володіє і управляє справою по франшизі, але при цьому він також повинен виконувати вимоги франчайзера з ведення та вдосконалення бізнесу.

Франчайзинговий бізнес може бути особливо корисний починаючим підприємцям, оскільки вони отримують можливість різноманітної підтримки з боку франчайзера в практичному веденні бізнесу. Списки франшиз, які пропонуються до продажу можна знайти на сайті Федерації розвитку франчайзингу: <http://fdf.org.ua/>, а також на інших спеціалізованих сайтах, які пропонують придбання франшиз, зокрема: <https://franchisegroup.com.ua/>.

У широкому розумінні **франчайзинг** (*franchising*) – це метод ведення бізнесу, заснований на довгострокових відносинах між двома сторонами. В основі таких відносин лежить франчайза тобто ліцензія на право використання імені бізнесу широко відомої компанії. За користування цим правом покупець франчайзи (ліцензіат) виплачує компанії, яка продає франшизу, початковий внесок, а в подальшому щомісячні платежі (рис. 8.4).

Ліцензіар (*франчайзер*) – це, як правило, відома компанія, що володіє унікальними технологічними процесами або знаннями, продукція якої користується широким попитом у споживачів. Незалежна фірма або окремий підприємець стає ліцензіатом (франчайзі), якщо він купує франчайзу та укладає відповідний договір з фірмою-ліцензіаром.

Франшиза – це повна бізнес-система, яку франчайзер продає покупцю (ліцензіату/франчайзі). Іншою назвою для подібної системи служить

франчайзинговий пакет, що зазвичай містить посібники з ведення робіт й інші важливі матеріали, що належать франчайзеру.

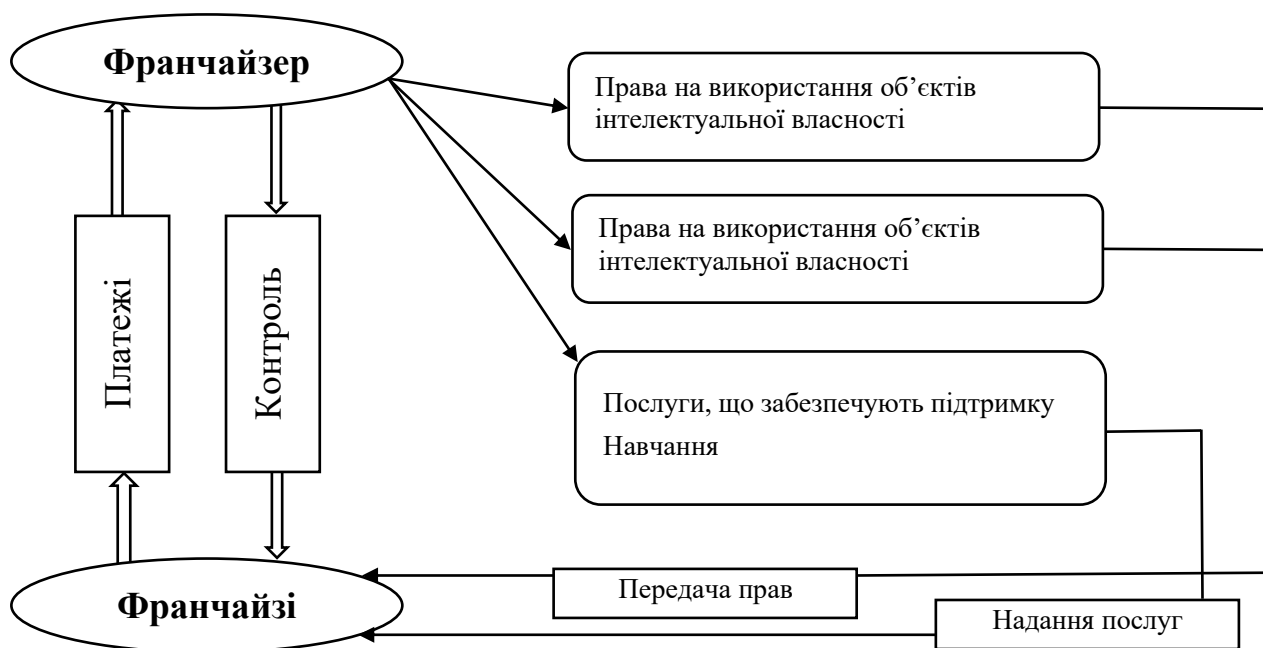


Рис. 8.4 – Сутність франчайзингу

Франчайзингові взаємини можуть бути прибутковими для обох сторін. Для того щоб так було, необхідно уважно опрацювати договір франчайзингу (франчайзингову угоду), який паралельно є «керівництвом до дії» франчайзі. У договорі чітко встановлюються правила та обов'язки сторін після підписання договору вони не підлягають жодним змінам чи доповненням. Тому франчайзингова угода має бути розроблена дуже ретельно із залученням юристів та консультантів.

Франчайзингова система (мережа) – це загальна кількість франчайзі, що працюють у межах однієї франшизи на основі контрактів з франчайзером.

Франчайзинговий пакет – форма існування франшизи, готової для продажу, яка є пакетом документів для франшизи, а також документів внутрішнього користування франчайзера.

Майстер-франшиза – форма франчайзингу, при якій франчайзер укладає основний франшизний контракт із субфранчайзером на певній території, у той час як останній за своїм розсудом починає співробітництво з іншими партнерами на даній території.

Марка – це ім'я, термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначене для ідентифікації продукції виробника й відрізняють її від товарів або послуг конкурентів. Марка або її частина, забезпечена правовим захистом, називається **товарним знаком**.

Паушальний внесок – одноразова винагорода франчайзера у вигляді певної твердо зафіксованої в договорі суми, яка встановлюється виходячи з оцінок можливого економічного ефекту й очікуваних прибутків франчайзі на

основі використання франшизи, також може розраховуватися як оплата витрат франчайзера пов'язаних із продажем франшизи.

Роялті – винагорода у вигляді періодичних відрахувань фіксованих ставок, визначених франчайзером на підставі власної оцінки вартості права використання торгової марки єдиної франчайзингової мережі, які виплачуються франчайзі франчайзеру щомісяця.

8.5. Прямий та мережевий маркетинг

Під **прямим маркетингом** розуміється сукупність операцій, за допомогою яких продавець доводить товари та послуги до покупців, спрямовуючи свої зусилля на заздалегідь визначену аудиторію та використовуючи: поштовий зв'язок, каталог, пресу, комп'ютерні технології, телефон спільно з базами даних.

Прямий маркетинг – це інтерактивна маркетингова система, яка для отримання певного споживчого відгуку та/або для здійснення трансакції без посередників використовує канали прямого зв'язку з споживачами. До каналів прямого маркетингу (рис. 8.5) належать: пряма поштова розсилка (за допомогою поштових відправлень); маркетинг з використанням каталогів (на основі інформаційних листів); телемаркетинг; телевізійний маркетинг; Інтернет (електронний маркетинг); маркетинг з використанням кіосків; особисті продажі (усне представлення товару у ході бесіди).



Рис. 8.5 – Канали прямого маркетингу

Пряма поштова розсилка передбачає відправку різних пропозицій, оголошень, нагадувань або іншої інформації конкретного адресата. Використовуючи спеціальні списки розсилки, до яких споживачі відібрані за певною ознакою. Компанії-постачальники щорічно розсилають листи, брошури, буклети тощо, деякі компанії відправляють споживачам і потенційним клієнтам аудіо- і відеокасети, компакт-диски та ін. Пряма поштова розсилка - широко поширений канал прямого маркетингу. Вона дозволяє точно ідентифікувати цільовий ринок, може бути індивідуалізована, володіє достатньою гнучкістю та дає можливість швидко дізнатися і оцінити реакцію споживачів.

Наразі дуже активно використовуються такі *канали прямого маркетингу*:

- факс-пошта – пряма розсилка по телефаксу оголошень про нові пропозиції, розпродажі та інших подіях;

- e-mail (електронна пошта), месенджери, соціальні мережі. Вони дозволяють користувачам (індивідуальним користувачам або групам людей) пересилати повідомлення, обмінюватись файлами, малюнки або web-сторінками;

- мовна пошта – автоматична система прийому і зберігання переданих по телефону усних повідомлень.

Маркетинг, заснований на використанні каталогів. Компанія-постачальник має можливість періодично розсилати обраним поштовим або e-адресатам (потенційним покупцям) різноманітні товарні каталоги (повного асортименту товарів, спеціалізовані за товарними групами й ділові каталоги в друкованій формі, у вигляді компакт-дисків або інші електронні варіанти).

Успіх продажів за каталогами залежить від здатності компанії грамотно працювати зі списками покупців, виключити повторні звернення і неоплачені покупки, контролювати товарно-матеріальні запаси, пропонувати тільки якісну продукцію, зменшити кількість повернень і переконати споживачів у безперечну вигоду покупки. Каталоги деяких компаній підкріплюються включенням в них літературних або інформаційних розділів, зразків матеріалів, наданням «гарячої» телефонної лінії для відповідей на питання, розсилкою подарунків кращим споживачам і публікаціями про перерахування компанією певного відсотка прибутку на благодійні цілі. Інші фірми пропонують покупцям відвідати свої каталоги, розміщені на web-сайтах, і там отримати більш детальну інформацію або уточнити характеристики товарів.

Телемаркетинг – це діяльність телефонних операторів, спрямована на залучення нових покупців і здійснення контактів з клієнтами для визначення рівня їх задоволення або прийому замовлень. Телефонні центри обробки замовлень використовуються компаніями як для вхідного телемаркетингу (прийому дзвінків від клієнтів), так і вихідного телемаркетингу (оператори компанії дзвонять або розсилають повідомлення потенційним та існуючим клієнтам). Ефективність телемаркетингу залежить від професіоналізму фахівців, що виконують цю роботу, їх правильної підготовки і стимулювання. Беручи до уваги, що телемаркетинг в певному сенсі є вторгненням у приватне

життя, і високу вартість контакту, величезне значення має точність даних у списку потенційних клієнтів.

Телевізійний маркетинг прямого відгуку. В останні роки активно розвиваються методи використання такого каналу прямого маркетингу, як телебачення. Телевізійний маркетинг може здійснюватися як телевізійна реклама з можливістю негайного відгуку або як телемагазин. Телевізійна реклама з можливістю негайного відгуку. Деякі компанії успішно проводять її у формі спеціально підготовлених тематичних 30- і 60-хвилинних інфороликів, змонтованих за принципом документальних фільмів, що містять рекомендації чи висновок авторитетного особи та номер безкоштовного телефону для замовлення товару чи отримання додаткової інформації.

Телевізійна реклама з можливістю негайного відгуку. Деякі компанії успішно проводять її у формі спеціально підготовлених тематичних 30- і 60-хвилинних інфороликів, змонтованих за принципом документальних фільмів, що містять рекомендації чи висновок авторитетного особи та номер безкоштовного телефону для замовлення товару чи отримання додаткової інформації.

Телемагазини – спеціальні телеканали, робота яких спрямована винятково на продаж товарів і послуг.

Маркетинг із використанням кіосків. Деякі компанії для продажу товарів або поширення інформації використовують спеціальні стійки, які отримали назву кіосків. До кіосків ставляться окремо стійки з газетами, безалкогольними напоями і закусками, а також візки-вітрини з різними товарами, які часто можна бачити в переходах і в торгових центрах. Крім того, кіосками називають «автомати для розміщення замовлень», зазвичай устатковуються у великих магазинах, аеропортах та інших місцях ведення торгівлі.

Електронний маркетинг – це завжди актуальний та найбільш популярний канал прямого маркетингу. Інтернет сьогодні функціонує як інформаційне джерело, джерело розваг, комунікаційний канал, канал здійснення трансакцій і навіть дистриб'юторський канал. Усебічно спланована і реалізована кампанія маркетингу з використанням електронної пошти допомагає зміцнити взаємини з клієнтами і збільшити обсяги продажів.

Особисті продажі. Первісна та найдавніша форма прямого маркетингу - це контакти, що встановлюються торговими представниками компаній.

Переваги прямого маркетингу:

- простота входження в бізнес (у такій формі не потрібні спеціальні ліцензії або спеціальна підготовка);
- мінімальні потреби в стартовому капіталі (не потрібні: складне устаткування; великі складські приміщення, велика чисельність працюючих);
- можливість вести бізнес на тимчасовій основі; можливість швидко захопити ринок;
- можливість з мінімальними витратами апробувати ринок певних товарів.

Мережевий маркетинг (його ще називають *багаторівневим маркетингом* або скорочено *MLM*) є однією з індустрій, яка найбільш стрімко

розростається у світі. «Маркетинг» – означає доставку товарів або послуг від виробника до споживача. Вираз «багаторівневий» – означає систему заохочення людей, що доставляють товар або послугу споживачеві.

Мережевий маркетинг – маркетингова концепція, що припускає створення мережевої (багаторівневої) організації, покликаної просувати товари і послуги від виробника до споживача, використовуючи прямий контакт людини з людиною. Мережевий маркетинг – це реально існуюча система дистрибуції та продажу, у рамках якої незалежні сторони контракту заробляють комісійні від продажу продуктів або послуг, які їм передає виробник. Єдиний спосіб заробляння грошей у цьому бізнесі – продаж продукції чи послуг.

Принципи мережевої системи представлені на рис. 8.6.

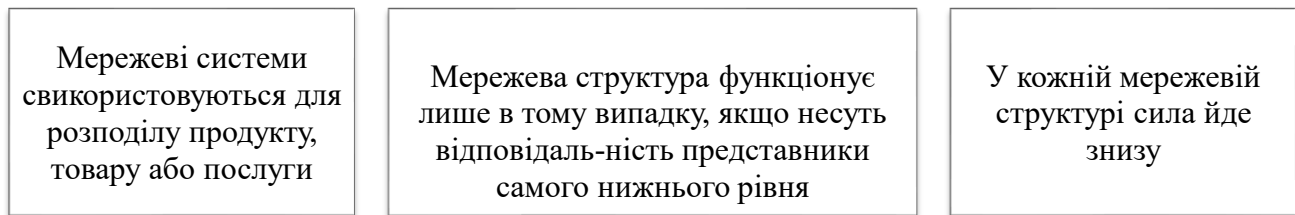


Рис. 8.6 – Принципи мережевої системи

Існує ключова відмінність багаторівневого маркетингу (MLM) від мережевого бізнесу, яке полягає в характері взаємовідносин дистриб'юторів з компанією. У MLM-індустрії дистриб'ютори різного рівня купують продукцію один в одного і мають різні знижки. Щоб домогтися максимальної особистої знижки, необхідно закупити значну кількість продукції. Можливість купувати продукцію безпосередньо в компанії мають далеко не всі дистриб'ютори. Інакше йдуть справи в мережевому маркетингу. Усі дистриб'ютори мають однакову знижку і купують продукцію безпосередньо в компанії. Компанія безпосередньо виплачує комісійні винагороди кожному дистриб'ютору, створив мережу збуту. Така система набагато ближче до франчайзингу, ніж до MLM.

Багаторівневий маркетинг дозволяє, по-перше, певною мірою знижувати безробіття і збільшити зайнятість населення; по-друге, встановлює нові соціальні зв'язки між людьми; по-третє, починати бізнес будь-якому охочому, не зазнаючи при цьому великих витрат на входження в нього та відчутних збитків при невдачі. Однак MLM дає будь-якій людині можливість досягти успіху, але в жодному разі не гарантує його. Не можна порівнювати й немає нічого спільного між фінансовою пірамідою і MLM. MLM продають продукцію звичайним споживачам, не вимагаючи від останніх додаткової оплати або участі в MLM. MLM може платити комісійні довгого ланцюжка дистриб'юторів, але ці комісійні призначаються за реальні продажі, а не за нових учасників схеми.

Відмінності між MLM і фінансовими пірамідами також можна простежити, аналізуючи маркетинговий план компанії. Учасники, які залучають інших учасників (дистриб'юторів) у схему, в MLM: винагороджуються за продажу їх рекрутів, у фінансовій піраміді: за сам факт

рекрутування. Має значення, на якій з цих двох діяльностей зосереджуваний маркетинговий план, до чого він спонукає, чим займаються дистриб'ютори більшу частину робочого часу – продажами або рекрутуванням.

Переваги мережевого маркетингу: можливість початку бізнесу з мінімальними інвестиціями; простота входження в бізнес; мінімальний підприємницький ризик; здатність планувати свій робочий день; гнучкий графік роботи; повторюваний дохід (авторський гонорар); кожен дистриб'ютор має можливість отримати комісійні з мережі; сімейний бізнес.

Вигода від використання мережевого маркетингу для фірм-виробників полягає в тому, що вони можуть вивести на ринок і стабілізувати споживання продукції поступово, охоплювати ринок без спеціальних витрат, економити кошти, без великих витрат на рекламу. Отже, вони можуть пустити більше коштів на вдосконалення продукції, тому, зазвичай, якість продукції таких фірм у багато разів вище, ніж у фірм, які продають свою продукцію через звичайну торговельну мережу.

Недоліки мережевого маркетингу:

1. У компаніях мережевого маркетингу велика плінність кадрів. Оскільки супервайзери підписують контракти зі всіма охочими, до дистриб'юторів потрапляють люди, які дискредитують продукт. Відсутність офісу і єдиного корпоративного простору позбавляють MLM - фірму можливості створювати корпоративну культуру, обмінюватися досвідом, підвищувати кваліфікацію співробітників.

2. У деяких компаніях багаторівневий маркетинг дозволяє компанії – виробника знижувати витрати виробництва, уникаючи частини витрат на рекламу, у результаті перекладання цих витрат на збутових агентів своєї торгової мережі.

3. У деяких компаніях економічна схема побудована таким чином, що вигідніше не продавати товар особисто, а запрошувати нових збутових агентів своєї торгової мережі. При цьому основним джерелом доходу стає не особиста продаж, а регулярні продажі агентів. Однак у кожного суб'єкта підприємницької діяльності можуть бути інші очікування в області своєї частки в загальному прибутку.

8.6. Фріланс та консультування

Фрілансер – це той, хто отримує гроші за свою роботу. Оплата його погодинна або, можливо, за проект цілком. Фрілансери пишуть, проектують, консультують, радять, платять податки і клеять шпалери. Фріланс - єдиний, найлегший шлях почати нову справу.

Уперше термін «фрілансер» був використаний Вальтером Скоттом в романі «Айвенго» для опису деякого найманого воїна «вільного копейщика». У сучасному світі фрілансер може пропонувати свої послуги на різних інтернет

ресурсах, газетних оголошеннях, або через «сарафане радіо». Найбільш поширені області для фріланса: програмування, реклама, юриспруденція, журналістика, фотографія.

Фрілансер – це людина, яка працює незалежно, продає роботи або послуги по годинах, днях або за проєкт, не маючи наміру виконувати постійні або довгострокові зобов'язання перед будь-яким одним роботодавцем.

Попри те, що ринок фріланса в Україні один з найбільших у світі, діяльність фрілансерів не знайшла свого відображення на законодавчому рівні. Саме по цій причині більшість громадян, що працюють як фрілансери, тим самим ухиляються від сплати податків. Проте, створення фізичної-особи підприємця, у свою чергу дає деякі переваги у виді накопичення страхового стажу, який надає право на пенсію, можливості отримувати кредити на пільгових умовах на більші суми, укладати господарські угоди.

Консультант – це той, кому платять за надання професійних або експертних консультацій в певній галузі або спеціальності.

Загалом немає дуже великої різниці між фрілансером і консультантом. Обидва є незалежними підрядниками, які працюють на декількох клієнтів. Обидва вони самі собі начальники. Однак дуже важлива відмінність між ними полягає в тому, що один пропонує результат, а інший надає професійні або експертні поради. В той же час, консультант, який працює виключно на себе, за своєю суттю також є фрілансером.

Фрілансери пропонують кінцевий результат – конкретну продукцію в готовому вигляді. Результатом може бути написання статті для газети чи журналу, створення веб-сайту для клієнта або підготовка проєкту для будівництва. Фрілансери приходять, виконують роботу та йдуть. Часто виконуючи різні завдання, при цьому працюючи з дому, вони заробляють собі на життя.

Для того, щоб розпочати власну справу як фрілансер, оцініть, як робити найкращу роботу в обраній сфері діяльності, що ідеально підходить для клієнтів. Не треба падати духом через замовлення, що не відбулися, та періодичних простоїв. Фрілансер повинен зосередитися на своїй репутації та нормальному веденні власної справи.

Попит на фрілансерів зростає, вони заробляють все більше. Вони розвиваються, стаючи більш комунікабельними, більш здатними, більш ефективними.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Створення власної справи «з нуля» – це спосіб входження у бізнес, при якому необхідно послідовно пройти всі етапи механізму організації започаткування підприємницької діяльності, а саме державна реєстрація, отримання дозвільних документів, пошук працівників, постачальників, оренда (придбання) приміщення, придбання обладнання, тощо. Відправним моментом, з якого починається кожне нове підприємство, є ідея, покладена в його основу. Саме можливість реалізувати свою власну бізнес-ідею належить до переваг цього способу організації бізнесу.

Придбання існуючого бізнесу – це спосіб входження у бізнес, що передбачає купівлю функціонуючого підприємства. У цьому випадку об'єкт придбання треба детально вивчити й оцінити за багатьма аспектами: фінансовою стійкістю, операційною діяльністю, маркетингом, мотивацією продавця, перспективою. Так, при оцінці фінансового стану необхідно ознайомитися із фінансовими документами підприємства, впевнитися у точності відображених у них даних, проаналізувати інформацію аудиторських перевірок, провести інспекцію матеріально-технічної бази, порівняти дані підприємства із середньостатистичними для такого типу підприємств й оцінити альтернативні шляхи вкладення інвестицій.

Франчайзинг (franchising) – це метод ведення бізнесу, заснований на довгострокових відносинах між двома сторонами. В основі таких відносин лежить франчайза тобто ліцензія на право використання імені бізнесу широко відомої компанії. За користування цим правом покупець франчайзи (ліцензіат) виплачує компанії, яка продає франшизу, початковий внесок, а в подальшому щомісячні платежі.

Ліцензіар (франчайзер) – це, як правило, відома компанія, що володіє унікальними технологічними процесами або знаннями, продукція якої користується широким попитом у споживачів. Незалежна фірма або окремий підприємець стає ліцензіатом (франчайзі), якщо він купує франчайзу та укладає відповідний договір з фірмою-ліцензіаром.

Франшиза – це повна бізнес-система, яку франчайзер продає покупцю (ліцензіату/франчайзі). Іншою назвою для подібної системи служить *франчайзинговий пакет*, що зазвичай містить посібники з ведення робіт й інші важливі матеріали, що належать франчайзеру.

Франчайзингова система (мережа) – це загальна кількість франчайзі, що працюють у межах однієї франшизи на основі контрактів з франчайзером.

Франчайзинговий пакет – форма існування франшизи, готової для продажу, яка є пакетом документів для франшизи, а також документів внутрішнього користування франчайзера.

Майстер-франшиза – форма франчайзингу, при якій франчайзер укладає основний франшизний контракт із субфранчайзером на певній території, у той час як останній за своїм розсудом починає співробітництво з іншими партнерами на даній території.

Марка – це ім'я, термін, знак, символ, малюнок або їх поєднання, призначене для ідентифікації продукції виробника й відрізняють її від товарів або послуг конкурентів.

Товарний знак – це марка або її частина, забезпечена правовим захистом.

Паушальний внесок – одноразова винагорода франчайзера у вигляді певної твердо зафіксованої в договорі суми, яка встановлюється виходячи з оцінок можливого економічного ефекту й очікуваних прибутків франчайзі на основі використання франшизи, також може розраховуватися як оплата витрат франчайзера пов'язаних із продажем франшизи.

Роялті – винагорода у вигляді періодичних відрахувань фіксованих ставок, визначених франчайзером на підставі власної оцінки вартості права використання торгової марки єдиної франчайзингової мережі, які виплачуються франчайзі франчайзеру щомісяця.

Прямий маркетинг – сукупність операцій, за допомогою яких продавець доводить товари та послуги до покупців, спрямовуючи свої зусилля на заздалегідь визначену аудиторію та використовуючи: поштовий зв'язок, каталог, пресу, комп'ютерні технології, телефон спільно з базами даних. Прямий маркетинг – це інтерактивна маркетингова система, яка для отримання певного споживчого відгуку та/або для здійснення трансакції без посередників використовує канали прямого зв'язку з споживачами.

Мережевий маркетинг – маркетингова концепція, що припускає створення мережевої (багаторівневої) організації, покликаної просувати товари і послуги від виробника до споживача, використовуючи прямий контакт людини з людиною. Мережевий маркетинг – це реально існуюча система дистрибуції та продажу, у рамках якої незалежні сторони контракту заробляють комісійні від продажу продуктів або послуг, які їм передає виробник. Єдиний спосіб заробляння грошей у цьому бізнесі - продаж продукції чи послуг.

Фрілансер – це людина, яка працює незалежно, продає роботи або послуги по годинах, днях або за проєкт, не маючи наміру виконувати постійні або довгострокові зобов'язання перед будь-яким одним роботодавцем.

Консультант – це той, кому платять за надання професійних або експертних консультацій в певній галузі або спеціальності.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Які способи створення бізнесу Ви знаєте?
2. Якби Ви вирішили займатися бізнесом, якому способу створення бізнесу Ви віддали би перевагу? Чому? Поясніть.
3. У чому переваги і недоліки створення нового підприємства?
4. У чому переваги і недоліки покупки існуючого бізнесу?
5. За яких умов краще починати бізнес щодо створення нового підприємства?
6. Як Ви розумієте сутність франчайзингу як способу входження в бізнес?
7. Що таке франчайзингова угода?
8. Що таке прямий маркетинг? Чим залучає підприємців, що починають бізнес, такий спосіб входження в бізнес?
9. Визначте переваги і недоліки прямого маркетингу.
10. Надайте характеристику каналам прямого маркетингу.
11. Які проблеми можуть очікувати підприємця, що починає свою діяльність у сфері прямого маркетингу?
12. Визначте сутність сітьового маркетингу.
13. Визначте переваги і недоліки сітьового маркетингу.
14. У чому різниця між сітьовим маркетингом та фінансовою пірамідою?
15. Який зі способів створення бізнесу є самим важким? Чому?
16. Якому способу створення бізнесу віддає перевагу більшість підприємців України?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. Перевагою створення нового підприємства є:

- а) можливість побудувати бізнес відповідно до ідей і планів самого підприємця;
- б) відсутність імені у момент виходу на ринок;
- в) можливість негайно одержати джерело прибутку;
- г) наявність колективу працівників, що вже сформувався, контрагентів та постачальників.

2. Перевагою створення нового підприємства є:

- а) відсутність ризику успадкувати підприємство з поганою репутацією;
- б) відсутність імені у момент виходу на ринок;
- в) можливість негайно одержати прибуток;

- г) наявність колективу працівників, що вже сформувався, контрагентів та постачальників.

3. Недоліком покупки існуючого бізнесу є:

- а) покупець може купити погано працюючу фірму;
- б) наявність персоналу і постачальників матеріально-технічних ресурсів;
- в) можливість негайного отримання прибутку;
- г) можливість створення бізнесу відповідно до ідей і планів самого підприємця.

4. Недоліками покупки існуючого бізнесу є:

- а) відсутність ризику успадковувати фірму з поганою репутацією;
- б) можливість негайного отримання прибутку;
- в) можливість створення бізнесу відповідно до ідей і планів самого підприємця;
- г) невдале місце розташування фірми.

5. Недоліками покупки існуючого бізнесу є:

- а) наявність персоналу і постачальників матеріально-технічних ресурсів;
- б) можливість негайного отримання прибутку;
- в) можливість створення бізнесу відповідно до ідей і планів самого підприємця;
- г) застаріла технологія, що використовується.

6. Можливим способом входження в бізнес є:

- а) лізинг;
- б) оренда;
- в) придбання франчайзи;
- г) отримання кредиту.

7. Можливим способом входження в бізнес є:

- а) лізинг устаткування;
- б) оренда підприємства;
- в) покупка бізнесу;
- г) отримання гранту.

8. Можливим способом входження в бізнес є:

- а) реєстрація нового бізнесу;
- б) лізинг підприємства;
- в) отримання кредиту;
- г) оренда обладнання.

9. Метод входження в бізнес, в основі якого лежить ліцензія на право використання «імені бізнесу» відомої компанії, називається:

- а) лізинг;

- б) франчайзинг;
- в) оренда;
- г) дистрибуція.

10. Ліцензіатом (франчайзі) є:

- а) покупець франчайзи, який виплачує відомій компанії, що продає франчайзу, початковий внесок, а надалі щомісячні платежі;
- б) відома компанія, що володіє унікальними технологічними процесами чи знаннями, продукція якої користується широким попитом у споживачів;
- в) фірма конкурент;
- г) фірма постачальник.

11. Франчайзер – це:

- а) покупець франчайзи, який виплачує відомій компанії, що продає франчайзу, початковий внесок, а надалі щомісячні платежі;
- б) відома компанія, що володіє унікальними технологічними процесами чи знаннями, продукція якої користується широким попитом у споживачів;
- в) фірма конкурент;
- г) підприємство, яке постачає сировину.

12. Франшиза – це:

- а) повна бізнес-система, яку франчайзер продає франчайзі;
- б) контракт між контрагентами бізнесу;
- в) контракт з фінансовою установою;
- контракт на постачання сировини.

13. Паушальний внесок – це:

- а) виплата відсотка за кредит;
- б) одноразова винагорода франчайзеру, у вигляді певної твердо зафіксованої в договорі суми;
- в) єдиний соціальний внесок;
- г) орендна плата.

14. Роялті – це:

- а) винагорода у вигляді періодичних відрахувань, які виплачуються франчайзі франчайзеру щомісяця;
- б) орендна плата;
- в) виплата відсотку за кредит;
- г) одноразова винагорода франчайзеру.

15. Прямий маркетинг – це:

- а) інтерактивна маркетингова система, яка для отримання певного споживчого відгуку та/або для здійснення трансакції без посередників використовує канали прямого зв'язку з споживачами;
- б) входження в бізнес шляхом виходу з великої компанії;

- в) створення магазину з продажу продовольчих продуктів;
- г) підписання договору на поставку продукції.

16. *Сукупність операцій, за допомогою яких продавець доводить товари і послуги до покупців, направляючи свої зусилля на заздалегідь визначену аудиторію і використовуючи багато засобів інформації і комунікації з метою одержання замовлення за телефоном, поштою, або безпосереднього візиту до клієнта, – це:*

- а) мережевий маркетинг;
- б) входження в бізнес шляхом виходу з великої компанії;
- в) прямий маркетинг;
- г) франчайзинг.

17. *Перевагою прямого маркетингу є:*

- а) простота входження в бізнес;
- б) прямі маркетингові звернення;
- в) залежність та необхідність складання ґрунтовних баз даних щодо клієнтів та постійного оновлення тих даних;
- г) великі обсяги кореспонденції.

18. *Перевагою прямого маркетингу є:*

- а) прямі маркетингові звернення;
- б) залежність та необхідність складання ґрунтовних баз даних щодо клієнтів та постійного оновлення тих даних;
- в) великі обсяги кореспонденції;
- г) мінімальні потреби в стартовому капіталі.

19. *Недоліком прямого маркетингу є:*

- а) великий процент відмов клієнтів від спілкування;
- б) можливість вести бізнес на тимчасовій основі;
- в) можливість швидко охопити ринок;
- г) чітка орієнтація на цільову аудиторію.

20. *Недоліком прямого маркетингу є:*

- а) бізнес ведеться на тимчасовій основі;
- б) швидко охоплюється ринок;
- в) вторгнення в особисте життя покупців;
- г) налагоджуються тривалих ділових стосунків з клієнтами.

21. *Маркетингова концепція, що припускає створення багаторівневої організації, яка покликана просувати товари та послуги від виробника до споживача, використовуючи прямий контакт людини з людиною, – це:*

- а) корпоративний франчайзинг;
- б) мережевий маркетинг;
- в) конверсійний франчайзинг;

г) товарний франчайзинг.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Визначити кого з підприємців: того, хто купує існуючий бізнес, чи того, хто створює нову фірму швидше підтримає:

- а) комерційний банк;
- б) інвестиційна компанія?

Обґрунтуйте Вашу відповідь.

Завдання 2

Якби Ви продавали свою фірму, які аспекти бізнесу Ви б спробували сховати від покупця? Обґрунтуйте Вашу точку зору.

Завдання 3

Визначте основні переваги франчайзингу в порівнянні з прямим маркетингом. Опишіть основні тенденції розвитку франчайзингу в Україні.

Завдання 4

Визначте які проблеми можуть очікувати підприємця, що починає свою діяльність у сфері прямого та сітьового маркетингу. Опишіть основні тенденції розвитку сітьового маркетингу в Україні.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Переваги і недоліки створення нового підприємства.
2. Переваги і недоліки покупки існуючого бізнесу.
3. Сутність прямого маркетингу.
4. Переваги та недоліки прямого маркетингу.
5. Сутність директ-маркетингу.
6. Сутність мережевого маркетингу.
7. Історія виникнення мережевого маркетингу.
8. Характеристика яскравих представників зарубіжних фірм мережевого маркетингу.
9. Тенденції розвитку мережевого маркетингу в Україні на сучасному етапі.

10. Приклади розвитку мережеских фірм в Україні.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Добрава Н. В., Осипова М. М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса, 2018. 305 с.
2. Кучеренко В.Р., Добрава Н.В., Осипова М.М. Практичний курс бізнесу: (Бізнес-тренінг): збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань. Навчальний посібник. Рекомендовано МОНУ. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Одеса, 2013. 184 с.
3. Апопій В. В., Шутовська Н. О., Середє С. А. Основи підприємництва: навч. посіб. Львів, 2019. 322 с.
4. Грищенко І. М. Підприємницький бізнес: підруч. для студентів ВНЗ. Київ: Грамота, 2016. 519 с.
5. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес культура. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
6. Воронкова В. Г. Основи підприємництва: теорія та практикум: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2014. 455 с.
7. Ануфрієва О. Л., Пальчевська Т. Г., Лагоцька Г. М. Підприємницька діяльність: навчальний посібник. Івано-Франківськ, 2014. 304 с.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОЧАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ ПО ФРАНШИЗІ

- 9.1. Історія франчайзингу.
- 9.2. Характеристика типів франчайзингу.
- 9.3. Переваги франчайзингу для франчайзера.
- 9.4. Переваги й недоліки франчайзингу для франчайзі.
- 9.5. Франчайзинговий договір.
- 9.6. Оцінка франчайзингу.

 **Основні поняття та терміни:** *товарний франчайзинг, виробничий франчайзинг, діловий франчайзинг, локальний франчайзинг, регіональний франчайзинг, глобальний франчайзинг, національний франчайзинг, міжнародний франчайзинг, товарний франчайзинг, франчайзинг послуг, франчайзинг продукту та імені, корпоративний франчайзинг, конверсійний франчайзинг, змішаний франчайзинг, франчайзинговий договір.*

9.1. Історія франчайзингу

Витоки франчайзингу йдуть майже на 500 років у глиб історії (рис. 9.1). Оксфордський словник англійської мови 1933 року випуску стверджує, що франчайзинг – це пожалувані єпископатам королівською короною в 1559 році права й свободи. Франчайзинг йде своїм корінням в Середньовіччя, коли британські королі надавали баронам право збирати податки з певних територій в обмін на різні послуги. Вільним людям, або громадянам міст за окрему плату дозволялося продавати свої товари на території міста: на ринках і ярмарках. Місця, відведені для цієї торгівлі, називались франшизою (franchises).

Досі у Великобританії ще продовжують діяти древні франшизи, що надають їхнім власникам права на утримування ринків, проведення ярмарків, утримування поромів і мостів. Що ж стосується торгової практики, то в Лондонському Сіті в XVII столітті були засновані системи торгових гільдій, віддалено схожі на сучасні системи франчайзингу. А на початку XIX століття в тій же Великобританії була введена система так званих «зв'язаних домів», сутність якої полягала в наданні владою права на торгівлю спиртними напоями тільки власникам постійних дворів за спеціальною ліцензією. Разом із тим, більшість власників не мала досить коштів для приведення постійних дворів у належний порядок і оплату ліцензії. Тому цю систему використовували броварники, надаючи власникам постійних дворів позику чи здаючи їм в оренду майно, одержуючи при цьому натомість ринок збуту свого пива й інших спиртних напоїв.

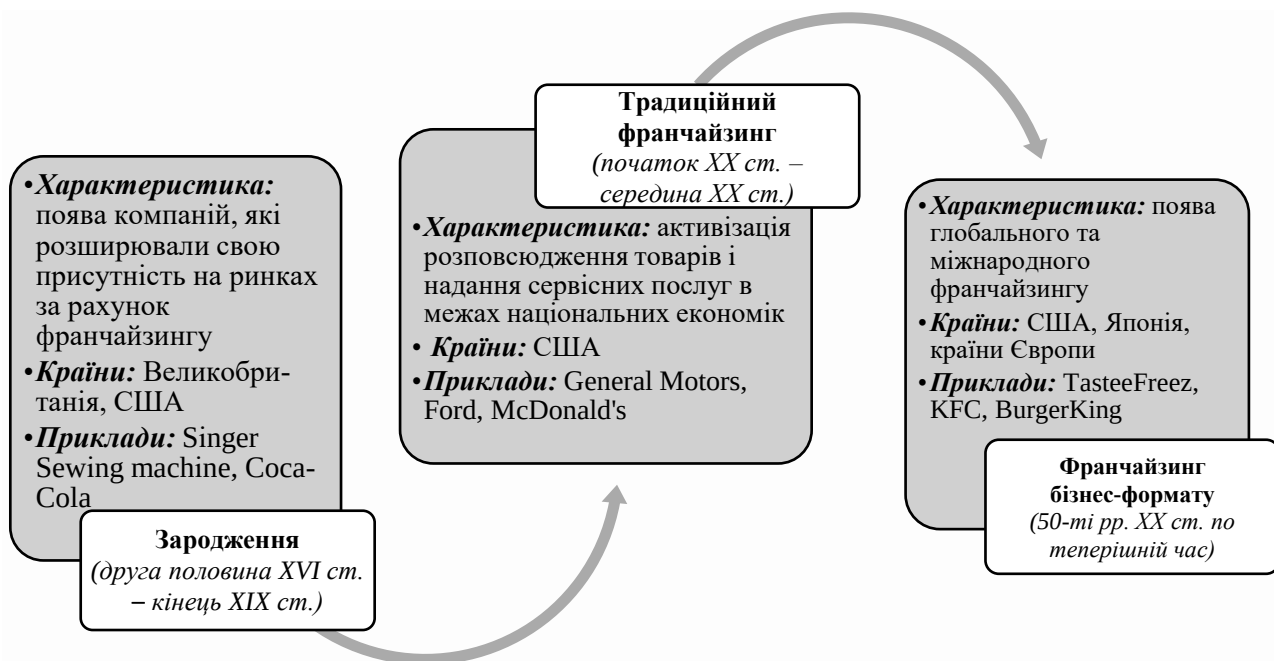


Рис. 9.1 – Основні етапи розвитку франчайзингу

Розвиток саме комерційних систем франчайзингу відбувся у США, де з 1860-х років франчайзинг використовувався американською компанією з виробництва швейних машин «Зінгер» (Singer Sewing machine company). Після закінчення громадянської війни в Америці Зінгер розгорнув серійне виробництво, що дозволяло його компанії торгувати за самими конкурентними цінами. Однак організувати централізоване обслуговування швейних машин і заміну несправних частин в одному місці виявилось економічно не вигідним. Введення в практику торгівлі нового прийому пояснювалося так: домогосподарки неохоче купували нове механічне устаткування, а створення мережі власних продавців на величезній території США вимагали значних витрат. Тоді власник компанії вирішив продавати право на продаж і обслуговування швейних машин «Зінгер» на певній території незалежним продавцям. Причому незалежні продавці платили за машину 60\$, а продавали її за 125\$. Ці перші франшизи за своєю суттю були чинними дистриб'юторськими угодами із додатковими обов'язками франчайзі (дилера) обслуговувати машини. Дане нововведення дозволило в короткі терміни (близько 10 років) потроїти обсяг виробництва.

Ідея передавати право на обслуговування певної категорії споживачів була такою вдалою, що її стали використовувати і в інших галузях господарства. Так у 1880 році деякі міста почали продавати франшизи вуличним перевізникам, а також франшизи на експлуатацію каналізаційної системи і використання води, газу й пізніше електрики. Хоча ця система й перестала діяти до кінця XIX століття, завдяки їй багато розбагатіли, а передові підприємці взяли на озброєння один спосіб підвищення конкурентоспроможності за рахунок різкого розширення ринку збуту.

Етап традиційного франчайзингу характеризувався використанням франчайзингу у наступних трьох галузях:

– *продаж автомобілів і побутової техніки*. Американська компанія «General Motors» узяла на озброєння схему франчайзингу з 1911 року. Нині вона продає за франчайзингом 95% своєї продукції.

– *розлив і продаж прохолодних напоїв*. Першою в даній галузі є компанія Coca-Cola та інші аналогічні підприємства.

– *реалізація нафтопродуктів*. Нафтові компанії надавали заправним станціям свою продукцію на умовах франчайзингу, звільняючи, таким чином, себе від функції роздрібною торгівлі.

У 20-х роках ХХ століття ідея франчайзингу як форми ведення бізнесу остаточно змістилася у бік відносин «оптовик – роздрібний продавець». Оптовий продавець надавав своїм клієнтам – дрібним фірмам – численні знижки, дозволяючи використовувати товарний знак своєї фірми й при цьому зберігати свою незалежність. У Великобританії і Європі за такою системою працювала «мережа вільних бакалійників» (DE SPAR), заснована в Голландії у 1932 році й відома сьогодні як просто SPAR.

З початку 1930-х років франчайзинг став основним напрямом розвитку ресторанів фаст-фуд, зокрема таких компаній, як McDonald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), Dairy Queen і Hardee's, компанією Pepsi і 7-UP. Після «великої депресії» в США нафтопереробні компанії почали використовувати джоббінг – своєрідний аналог франчайзингу. Нафтопереробні компанії перейшли на систему управління своїми заправними станціями як франчайзинговими одиницями. Здаючи в оренду бензоколонки франчайзі, нафтопереробні компанії отримували ренту й мали можливість популяризувати імідж компанії, у той час як франчайзі могли встановлювати ціни відповідно з місцевими умовами. У результаті значно виріс рівень продажів машинного палива і, відповідно, збільшився прибуток.

Етап франчайзингу бізнес-формату (Business format franchising) характеризується тим, що операції франчайзингу починають регламентуватися асоціаціями франчайзингу у різних країнах. Цей період розпочався ще в 50-і роки в США і в 60-і в Європі. Одночасно франчайзинг набув широкого поширення у сфері послуг, особливо таких, як ресторани швидкого обслуговування, послуги з підтримки і ремонту будинків, автомобілів тощо.

У 60-70 роках ХХ сторіччя в США почався справжній бум франчайзингу в розвитку малого та середнього бізнесу завдяки якому в країні відкривалася величезна кількість туристичних агентств, готелів, хімчисток, пральнь, СТО, салонів краси, ресторанів, кафе, розважальних клубів тощо.

Франчайзинг в Україні. Загальна кількість франчайзингових моделей, що представлені на території України, за даними Федерації розвитку франчайзингу складає близько 1 500 торгових марок. Але, на жаль, не всі вони відповідають Європейським і світовим стандартам франчайзингу. А якщо бути точними, то в Україні за системою франчайзингу працюють близько 100-130 торгових марок не лише зарубіжних, але й українських.

Відносини за типом «франчайзинг» почали з'являтися в Україні близько 10 років тому. Проте незнання особливостей застосування франчайзингової схеми в розвитку бізнес-моделей, відсутність фахівців у цій сфері та

комунікативної площадки призвело до того, що кожен франчайзер трактував цю модель по-своєму, не керуючись світовими стандартами франчайзингу.

Найбільш прибутковими є компанії, що розвивають іноземні франшизи. Адже, за критеріями розвитку та грошовим оборотом, лідерами на ринку франчайзингу є компанії, що представляють західні товари та послуги, такі як «Coca-Cola», «Pepsi», «Carlsberg», «InBev», «TNK-BP», «Lukoil», «Empik», «Ліга Інвест», «Дельта Спорт». Однак, в десятку лідерів увійшла також одна українська компанія-франчайзер – «Система швидкого харчування» (FFS). Цей факт вказує на те, що українські компанії в майбутньому можуть стати конкурентами іноземним франшизам.

Найбільша частка ринку належить франчайзинг-компаніям Майстер франчайзі, які на території України контролюють 30% грошового обороту. До таких компаній відносяться: «ЕМРІК», «Дельта Спорт», «Ліга Інвест», «Helen Marlene», «Арго Трейд» тощо.

Варто відзначити, що економічна криза в 2008 р. призвела до того, що підприємці стали аналізувати ефективність вкладання коштів і, як наслідок, все більше стали віддавати перевагу купівлі франшиз; компанії, що пропонують франшизи, чії моделі не здатні вижити в економічно нестабільних умовах (або менеджмент не в змозі керувати даною моделлю), призупинили систему розвитку по франчайзингу; деякі компанії взагалі припинили своє існування.

Однак, разом з цим, в період з 2008 року спостерігається розширення галузей франчайзингу. Підприємства, що функціонують на умовах франчайзингу, діють у 15 галузях, основні з яких представлені на рис. 9.2.



Рис. 9.2 – Галузі, в яких найбільш широко використовується франчайзинг в Україні

Тенденції на ринку франчайзингу є як позитивними так і негативними, але їх наявність свідчить про те, що франчайзинг буде ще не один рік стрімко розвиватися в Україні, адже даний напрямок зосереджує в собі не тільки

вітчизняні бренди, але й відомі світові бренди, що, безсумнівно, є кращим стимулом для споживачів продукції або послуг.

Саме тому ринок франчайзингу можна розглядати як перспективний напрямок для ведення комерційної діяльності на території України та варто очікувати збільшення кількості франчайзерів та, особливо, франчайзі.

Франчайзинг має перелік переваг, які дозволяють знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важливо для України в сучасних умовах. Однак, незважаючи на таку значну кількість переваг, ринок франчайзингу має ряд проблем, що потребують вирішення. До таких проблем варто віднести наступні:

- необізнаність українських підприємців щодо основних принципів ведення бізнесу за умов франчайзингу;
- невідповідність правового регулювання франчайзингу змісту та стану розвитку комерційних відносин. Вимоги до реєстрації договорів комерційної концесії, які на сьогоднішній день регулюють відносини партнерів за системою франчайзингу;
- незахищеність франчайзі (особливо українських франчайзі у франчайзингових договорах з іноземними франчайзерами);
- відсутність детальної інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу;
- відсутність практики апробації бізнесу.

Зазначені вище проблеми ринку франчайзингу є основними, але також існують й інші проблеми, які заважають широкому використанню франчайзингових схем в Україні, на відміну від інших країн з більш розвиненою економікою, основними з яких є:

- значна вартість франшизи у порівнянні з низькою купівельною спроможністю покупців;
- відсутність кваліфікованих кадрів;
- складні умови та бар'єри організації та ведення бізнесу.

9.2. Характеристика типів франчайзингу

Динамічний розвиток франчайзингу обумовив його різноманітність як за змістом, так і за галузевими та географічними ознаками. На рис. 9.3 наведено види франчайзингу за різними класифікаційними ознаками, що представлені у науковій літературі.

За ступенем готовності продукції, яку отримує франчайзі для реалізації виділяють товарний, виробничий та діловий франчайзинг.

Ступінь готовності продукції, яку отримує франчайзі для реалізації	• товарний → <i>SELA</i> • виробничий → <i>Coca-Cola</i> • діловий → <i>Галопом по Європам</i>
Територіальне розповсюдження	• локальний → <i>Бліц-меню</i> • регіональний → <i>Дока-піца</i> • глобальний → <i>McDonald's</i>
Національна приналежність	• національний → <i>Галопом по Європам</i> • міжнародний → <i>General Motors</i>
Зміст франчайзингового пакету	• товарний → <i>Liola</i> • франчайзинг продукту та імені → <i>McDonald's</i> • франчайзинг послуг → <i>Галопом по Європам</i>
Спосіб взаємодії франчайзера та франчайзі	• прямий (класичний) → <i>Патерсон</i> • непрямий → <i>Піца Челентано</i>
Метод розвитку мережі	• конверсійний → <i>Грегори Арбер</i> • корпоративний → <i>Sensus</i> • змішаний → <i>McDonald's</i>

Рис. 9.3 – Класифікація франчайзингу

Товарний франчайзинг (франчайза на продаж товару). Товарний франчайзинг передбачає, що франчайзі (ліцензіат) отримує лише право на продаж товарів фірми-ліцензіара з її торговою маркою або товарним знаком.

У цьому випадку франчайзі купує у франчайзера товари й після цього перепродає їх від імені франчайзера. В окремих випадках провідна компанія має відношення і до оплати гарантійних послуг, відшкодування витрат на спільну рекламу. Як правило, для товарного франчайзингу характерна вузька спеціалізація франчайзі на реалізацію одного виду товарів і послуг.

Наразі цей вид франчайзингу використовується декількома компаніями, наприклад, з виробництва автопокришок. Якщо ж товари не мають торгових марок, вони не відносяться до цієї категорії.

Виробничий франчайзинг (франчайза на виробництво товарів). У цьому випадку фірма, що володіє технологією виготовлення якогось продукту – франчайзер (ліцензіар), продає заводам – ліцензіатам сировину для виготовлення продукції. Дрібна фірма тут не просто виступає під торговою маркою франчайзера й реалізує його продукцію та послуги, але також включається у повний цикл господарської діяльності великої корпорації, виконуючи рівні з нею вимоги технологічного процесу, якості, навчання персоналу, виконання плану продажу, оперативної звітності. Ця форма

передбачає тісний контакт ліцензіара та ліцензіата, детальну регламентацію діяльності й високий ступінь відповідальності франчайзі.

Цей вид франчайзингу найбільш широко представлений у виробництві безалкогольних напоїв. Кожен із місцевих чи регіональних розливальних і пакувальних заводів є ліцензіатом від основної компанії.

Діловий франчайзинг чи **франчайзинг бізнес-формату (франчайзинг на вид діяльності)**. Зміст франчайзингу на вид діяльності, що полягає у залученні ліцензіату в повний виробничо-господарський цикл великої корпорації. Ледь не самий популярний вид франчайзингу, при якому провідна фірма продає ліцензію приватним фірмам чи компаніям на право відкриття власного підприємства з продажу товарів і послуг під ім'ям франчайзера (наприклад, прокат і побутове обслуговування, ділові та професійні послуги бізнесу й населенню, магазини або мережі кафе, готелі). З боку великої корпорації пред'являються рівні з нею вимоги до технологічного процесу, якості, а також забезпечується навчання персоналу, вибір площадки будівництва підприємства, інші послуги (методи забезпечення продажів, ведення оперативної звітності тощо).

Таким чином, діловий франчайзинг означає, що ліцензіат отримує право на створення власного підприємства з використанням імені фірми-ліцензіара і обов'язковим збереженням профілю її діяльності.

Порівняльна характеристика зазначених видів франчайзингу представлена у таблиці 9.1.

Таблиця 9.1 – Порівняла характеристика товарного, виробничого та ділового франчайзингу

Вид франчайзингу	Тип франшизи	Позитивні риси	Недоліки
Товарний	товар	простота використання	обмежена сфера застосування, вузька спеціалізація ліцензіата
Виробничий	технологія/ вихідний компонент	висока ефективність; простота контролю з боку ліцензіара	великі початкові витрати на придбання франшизи; сильна залежність від ліцензіара
Діловий	модель франчайзинго- вого бізнесу	широка сфера застосування; швидке пристосування до умов ринку	іноді надмірна регламентація діяльності придушує ініціативність ліцензіата

Відповідно до територіального розповсюдження франчайзинг поділяється на локальний, регіональний та глобальний. **Локальний** характерний для малих мереж, що зосереджуються на розвитку в межах одного-кількох міст, у той же час **регіональний** може охоплювати територію однієї або кількох країн. **Глобальний франчайзинг** – це франчайзинг, мережа якого має представництва в багатьох країнах та континентах. Під мережею розуміється два або більше підприємств, що використовують одну франшизу.

Франчайзинг так само може мати й національну ознаку. **Національним** можна назвати франчайзингову мережу, що поширюється в межах однієї країни, а **міжнародним** визнається франчайзинг, мережа якого має представництва в багатьох країнах.

Аналізуючи зміст франчайзингового пакету, можна виокремити товарний, франчайзинг послуг і франчайзинг продукту та імені. Відповідно спеціалізація **товарного франчайзингу** – це торгівля товаром визначеної торгової марки, **франчайзинг послуг** передусім стосується надання послуг, в той же час **франчайзинг продукту та імені** – це спосіб передачі в користування бренду, товару та технологій виробництва або продаж.

Взаємодію власника бренду франчайзера та франчайзі можна описати як пряму (традиційний франчайзинг), модель якої наведено на рис. 9.4, або непряму. У випадку **прямого франчайзингу** франчайзі має договірні та фінансові стосунки безпосередньо з франчайзером.

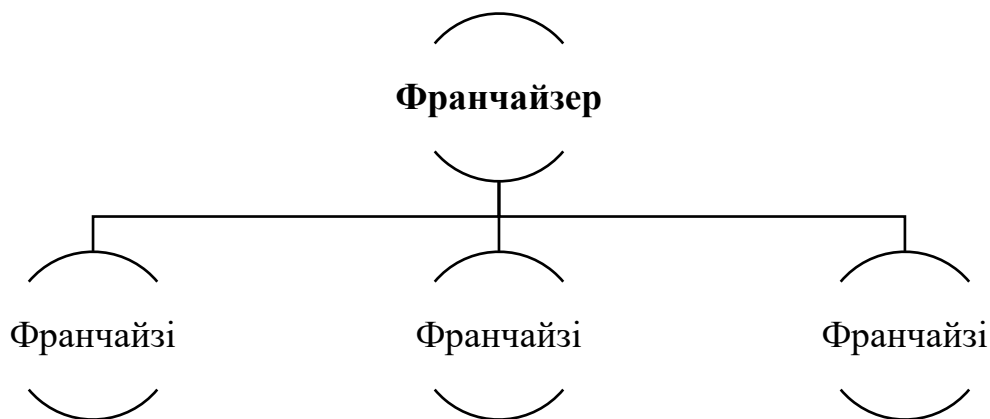


Рис. 9.4 – Модель класичного франчайзингу

У випадку **непрямого франчайзингу** інтереси франчайзера у відносинах з франчайзі представляють посередники. В свою чергу непрямий франчайзинг поділяється на регіональний, субфранчайзинг та франчайзинг, що розвивається.

У кожному з цих випадків франчайзі одержує всі переваги, що зазвичай пов'язані з франчайзингом: використання торгової марки й логотипа франчайзера, системи його бізнесу, первісне навчання, вибір місця розташування, підтримка і т. д. Основні відмінності їх один від одного полягає у наступних характеристиках:

- тривалість відносин франчайзера і франчайзі;
- до кого франчайзі може звертатися за підтримкою;
- кому платить встановлені внески.

Вибираючи **регіональний франчайзинг** франчайзер вирішує охопити своєю діяльністю якийсь географічний район. Усвідомлюючи, що він, можливо, не має таких коштів чи колективу, щоб розвиватися так швидко, як хотілося б, він спирається на підтримку головного франчайзі. У свою чергу, головний франчайзі має право не тільки підбирати нових франчайзі у своєму

географічному районі, але й забезпечувати їхнє початкове навчання, та інші послуги, що звичайно робить сам франчайзер.

Головний франчайзі залучений у поділ платежів, а іноді й внесків у рекламний фонд. Він користується всіма благами, що зазвичай дає франчайзинг, для цього він теж сплачує ліцензійні внески, а також внески на рекламу безпосередньо франчайзеру. Контракт між франчайзером і головним франчайзі встановлює, що очікується від кожної сторони та який визначений період франчайзі буде виконувати цю специфічну роль. У відповідь на початкову сплату франчайзеру внесків за діяльність на винятковій території ринку головний франчайзі в майбутньому одержує від франчайзера роялті, розмір яких залежить від частки в загальному обсязі реалізації тих нових франчайзі, яких він залучив до цієї франчайзингової системи. На відміну від інших методів цей метод вигідний для всіх сторін, тому що головний франчайзі – це виборна особа, він повинен одержувати підтримку протягом усього часу співробітництва, а це вигідно франчайзеру.

У **субфранчайзингу** субфранчайзер також освоює якусь певну територію і забезпечує початкове навчання, вибір приміщення тощо, різниця тільки в тому, що франчайзі працює прямо із субфранчайзером на довгостроковій основі й має дуже обмежений контакт із франчайзером. Він платить роялті й рекламні внески субфранчайзеру, який, у свою чергу, частину цих грошей платить франчайзеру.

Субфранчайзер, таким чином, стає франчайзером на своїй території й франчайзі залежить від його довгострокової підтримки. Те, що субфранчайзер може мати обмежені кошти, управлінські та маркетингові здібності, позначиться на франчайзі. Отже, потенційний франчайзі повинен дуже обережно ставитися до субфранчайзингових відносин, тому що він залежить від ділової та життєвої хватки як франчайзера, так і субфранчайзера.

При використанні франчайзингу, що розвивається, франчайзер передає ексклюзивні права на розвиток якогось географічного району групі субфранчайзерів. Інвестори, у свою чергу, або розвивають свої власні франшизи, якими вони володіють на цій території, або підбирають франчайзі. В останньому випадку становище інвестора як власника обмежено.

За право розвитку ексклюзивної території особа, що володіє цим правом, платить субфранчайзеру внески та зобов'язана відкрити визначену кількість точок в обговорений період часу. Власники відкритих франчайзингових підприємств платять роялті й рекламні внески безпосередньо франчайзеру. Особа, що володіє ексклюзивними правами, не має частки в цих внесках, його частка є тільки в рентабельності індивідуальних франчайзі, які він відкрив. У таблиці 9.2 наведено порівняльну характеристику вище розглянутих видів франчайзингу.

Залежно від способу перетворення власної мережі на франчайзингову, можна виділити корпоративний, конверсійний та змішаний франчайзинг.

Корпоративний франчайзинг – сучасна форма організації франчайзингового бізнесу, при якій ліцензіат оперує не окремим

підприємством, а мережею франчайзингових підприємств з використанням найманих менеджерів.

Таблиця 9.2 – Порівняльна характеристика видів франчайзингу в залежності від способів взаємодії франчайзера та франчайзі

Вид франчайзингу	Умови розповсюдження	Позитивні риси	Недоліки
Класичний	стандартні	простота використання	досить повільне розширення мережі; великі витрати
Регіональний (районний)	головний франчайзі розширює мережу у визначеному регіоні	переваги при встановленні ціни; зменшення витрат на контроль з боку франчайзера	досить жорсткі умови договору з освоєння території
Субфранчайзинг	власник районної франшизи (субфранчайзер) одержує право на продаж субфраншиз	можливість залучення значного додаткового капіталу	сильна залежність франчайзі від фінансових, управлінських і маркетингових здібностей субфранчайзера
Франчайзинг, який розвивається	передача ексклюзивних прав на розвиток району групі інвесторів	швидке розширення франчайзингової мережі з мінімальними витратами для франчайзера	обмежене становище інвестора як власника; високі початкові витрати

Конверсійний франчайзинг – спосіб розширення франчайзингової мережі, при якому діюче самостійне підприємство переходить за договором франчайзингу франчайзеру та приєднується до системи франчайзингових підприємств, що працюють під контролем одного ліцензіата.

Змішаний франчайзинг передбачає поєднання особливостей конверсійного та корпоративного франчайзингу. У таблиці 9.3 наведено порівняльну характеристику конверсійного та корпоративного франчайзингу.

Таблиця 9.3 – Порівняльна характеристика конверсійного та корпоративного франчайзингу

Вид франчайзингу	Тип франшизи	Позитивні риси	Недоліки
Конверсійний	конвертація	зменшення витратної частини бюджету за рахунок зниження витрат	високий ступінь залежності франчайзі від франчайзера
Корпоративний	мережа франчайзингових підприємств	диверсифікація бізнесу	можлива розбіжність цілей ліцензіата з інтересами ліцензіара; уповільнене реагування бізнесу на зміни умов ринку

9.3. Переваги франчайзингу для франчайзера

Існування франчайзингу можливо тільки за умови, що він вигідний як ліцензіату, так і ліцензіару. Можна виділити такі **переваги франчайзингу для франчайзера (ліцензіара)**:

1. Франчайзер має унікальну можливість швидкого розвитку свого бізнесу за рахунок франчайзі (ліцензіата). Франчайзер отримує кошти за продану ліцензію, а також постійні платежі у формі відсотка від обсягу продажів фірми-ліцензіата. Франчайзі роблять додаткові виплати на підтримку послуг, що надаються франчайзером.

2. Франчайзер розширює збутову мережу своєї продукції за рахунок коштів франчайзі (ліцензіата). Збільшення кількості виплачуваних внесків дозволяє франчайзеру швидко й ефективно розвиватися на ринку. Саме франчайзі виводять на новий ринок ім'я франшизи. Кожен потенційний франчайзер одержує величезні переваги на всьому ринку тому, що франчайзі, швидко розширюючись на новому ринку та роблячи інвестиції в розвиток свого бізнесу у нових містах, створюють широку мережу бізнесу.

3. Франчайзер має можливість об'єднати зусилля окремих ліцензіатів для організації широкомасштабних рекламних компаній, які сприяють зростанню престижу, як ліцензіара, так і ліцензіатів.

Але мають місце й **недоліки франчайзинга для франчайзера (ліцензіара)**, а саме:

1. Неможливість завершити відносини з франчайзі, що не дотримується правил системи. Франчайзинговий договір визначає природу відносин між франчайзером і франчайзі. Франчайзинговий договір передбачає низку положень, що захищають франчайзі. Ці положення передбачають неможливість для франчайзера розірвати контракт із франчайзі. Але разом із тим такі положення ускладнюють виведення із системи франчайзі, що не виконує законів франчайзингового бізнесу.

2. Франчайзі не є працівниками франчайзера. Франчайзі є незалежними власниками бізнесу. Навіть при наявності франчайзингового договору можуть виникати труднощі при контролі угод, здійснюваних франчайзі у своєму бізнесі.

3. Вплив погано працюючих франчайзингових підприємств. Багато споживачів сприймають кожне франчайзингове підприємство як частину одного ланцюга підприємств, що працюють під єдиним товарним знаком. І якщо який-небудь франчайзі погано веде свій бізнес, то це буде кидати тінь на всю франчайзингову систему.

4. Недоплата або виплата внесків із запізненням. Франчайзери встановлюють структуру виплат за наданий сервіс, приймаючи за основу відсоток від загальної суми продаж на кожному підприємстві. Франчайзі зобов'язані надавати звіт про загальну суму продажів франчайзеру для того,

щоб визначити суму оплати за сервіс. Франчайзі може приховати реальну суму продаж і надати неповний звіт з тим, щоб занизити внесок своєму франчайзеру.

5. Труднощі збереження конфіденційності комерційної таємниці. Робота будь-якої франчайзингової системи заснована на принципах і стандартах, що є інтелектуальною власністю франчайзера. Ці принципи бізнесу становлять собою комерційну таємницю й виступають основою успіху франчайзингової системи. Франчайзі одержують доступ до комерційних секретів, проходячи навчання за програмою франчайзера. Й хоча франчайзинговий договір забороняє франчайзі розголошувати подібну інформацію, все одно такі випадки трапляються. Франчайзерам складно з цим боротися, тому, якщо йому не зможе виробити ефективні заходи, то вся франчайзингова система може сильно постраждати.

6. Вихід із франчайзингової системи успішно працюючих франчайзі. Франчайзі може вважати, що франчайзингові відносини накладають на нього занадто великі обмеження й у результаті втратити інтерес до цього бізнесу. Розірвавши контракт із франчайзером він, можливо, захоче відкрити свій власний бізнес, що буде представляти пряму конкуренцію франчайзеру.

9.4. Переваги й недоліки франчайзингу для франчайзі

Для франчайзі існує також велика кількість як переваг, так і недоліків від використання франшизи (рис. 9.5).

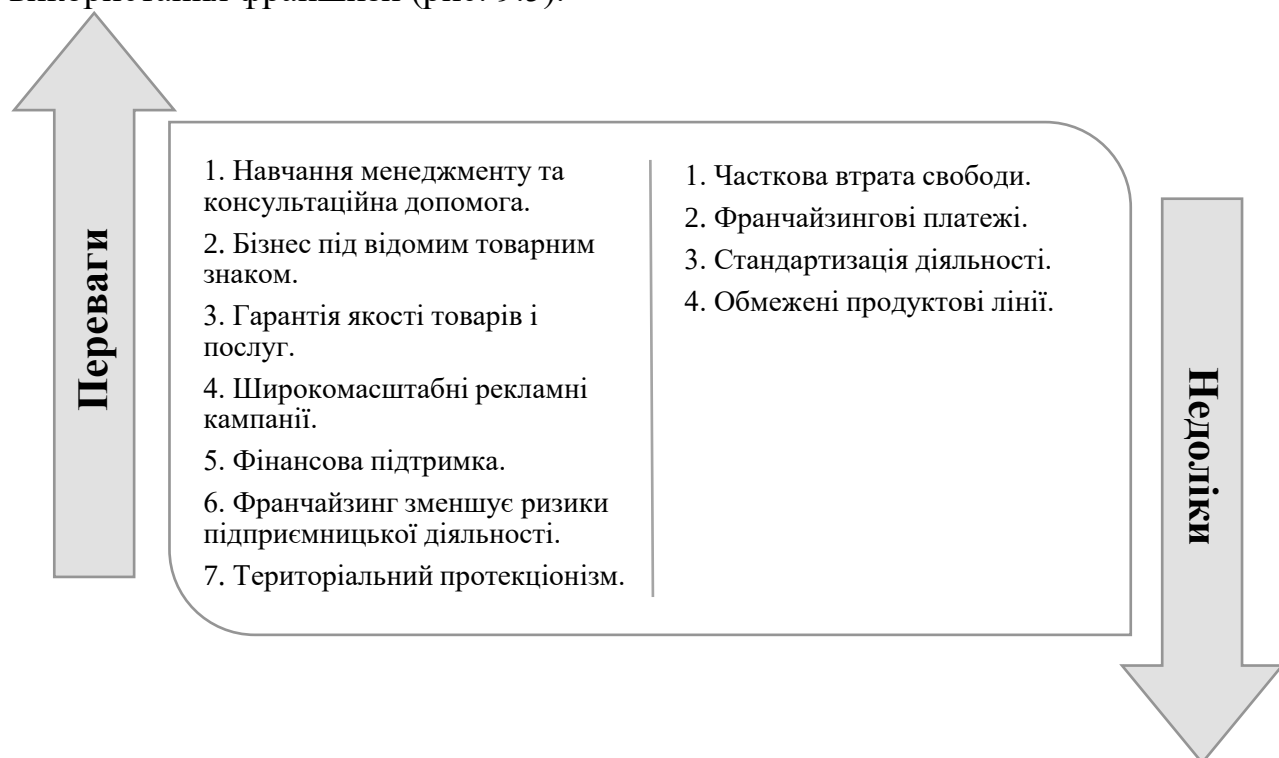


Рис. 9.5 – Переваги й недоліки франчайзингу для франчайзі

Далі розглянемо зазначені переваги й недоліки більш детально.

Переваг франчайзингу для франчайзі (ліцензіатів) є досить багато, особливо вони є значними для підприємців, які тільки розпочинають свій бізнес і не мають жодного досвіду в ньому. Перелік основних з них наведено нижче:

1. *Навчання менеджменту та консультаційна допомога.* Франчайзер, як правило, проводить спеціалізовану підготовку ліцензіатів щодо ключових аспектів менеджменту: кадрова політика; управління запасами; контроль якості; реклама та збут товарів; аналіз фінансового стану та ін. Крім того, франчайзі може в будь-який момент отримати від ліцензіара кваліфіковану консультаційну допомогу з питань управління бізнесом. Коли підприємець купує франчайзу, він набуває весь багатий досвід ведення даного бізнесу, накопичений франчайзером.

2. *Бізнес під відомим товарним знаком.* Разом із франшизою купується й репутація ліцензіара, його визнання споживачами. Ось чому ліцензіату гарантована негайна підтримка споживачів і можливість швидко утвердитися на ринку.

3. *Гарантія якості товарів і послуг.* Рівень якості товарів (послуг) ліцензіата визначає репутацію фірми-ліцензіара. Тому збереження високої якості товарів (послуг) є найважливішим елементом франчайзингової системи. Більшість ліцензіарів йдуть на розірвання договору, якщо який-небудь ліцензіат не забезпечує підтримку стандартів рівня якості товарів (послуг).

4. *Широкомасштабні рекламні кампанії.* Кожному окремому ліцензіату не під силу організувати широку рекламну кампанію. Тому вона організовується та проводиться фірмою-ліцензіаром, але фінансується спільно всіма ліцензіатами.

5. *Фінансова підтримка.* Франчайзер не надає прямої фінансової допомоги ліцензіатам у вигляді позик або кредитів, оскільки це суперечить самій природі франчайзингу. Фінансова підтримка франчайзі виражається в наданні допомоги у наступному: пошук джерел початкового фінансування; обрання приміщення для фірми-ліцензіата та проведенні переговорів щодо його оренди; управління фінансовою діяльністю фірми-ліцензіата; налагодження контактів із фінансовими установами, постачальниками та іншими партнерами по бізнесу тощо.

6. *Франчайзинг зменшує ризики підприємницької діяльності.* Тому ліцензіат з більшою ймовірністю, ніж самостійний підприємець-початківець, може розраховувати на отримання кредиту в банку.

7. *Територіальний протекціонізм.* Фірма-ліцензіат разом із франшизою отримує виняткові права на розповсюдження даних товарів (послуг) на заздалегідь певній, обмеженій території.

Як було наведено вище, придбання франшизи зменшує ризик, характерні для нового бізнесу. Однак для того, щоб прийняти рішення чи вести бізнес як незалежний підприємець або все ж таки стати частиною франчайзингової системи необхідно чітко представляти й недоліки франчайзингу. Тому наведемо **основні недоліки франчайзингу для франчайзі (ліцензіатів):**

1. *Часткова втрата свободи.* Потенційний франчайзі повинен ретельно дотримуватися правил та інструкції, що встановлені ліцензіаром, виконувати всі ділові операції згідно з його розпорядженнями.

2. *Франчайзингові платежі.* За зменшення ризику діяльності необхідно платити. Усі переваги, які мають ліцензіати, повинні бути оплачені. Кількість і розміри таких платежів істотно впливають на рентабельність бізнесу ліцензіата.

3. *Стандартизація діяльності.* Ліцензіар потребує обов'язкового дотримання операційних стандартів діяльності на фірмі ліцензіата. Відповідність стандартам, зазвичай, забезпечується періодичними інспекціями ліцензіара. З часом суворе дотримання інструкцій, правил і приписів може стати обтяжливим для ліцензіата.

4. *Обмежені продуктові лінії.* У більшості випадків договір франчайзингу передбачає, що ліцензіат повинен продавати (виробляти) тільки такі товари (послуги), які схвалені ліцензіаром. Іноді специфічні місцеві умови забезпечують успіх бізнесу за рахунок розширення продуктових ліній, що призводить до конфліктів між ліцензіатом і ліцензіаром.

Таким чином, для франчайзингу характерні як безумовні переваги, так і серйозні недоліки. Тому потенційному покупцеві франшизи необхідно розглянути й оцінити кілька варіантів франчайзингу.

9.5. Франчайзинговий договір

Придбання франшизи здійснюється відповідно до франчайзингового договору.

Франчайзинговий договір (відповідно до ст. 1115 Цивільного кодексу України – **договір комерційної концесії**) – це офіційний документ, що регулює взаємовідносини між ліцензіаром і ліцензіатом, права й обов'язки кожної сторони. Зазвичай договір має довгостроковий характер, хоча може бути укладений на один рік. У договір, як правило, включаються такі зобов'язання ліцензіара:

1. Надати ліцензіату право використання товарного знаку або марки ліцензіара.

2. Провести дослідження ринку для визначення можливостей успішної діяльності ліцензіата.

3. Сприяти у виборі приміщення для фірми-ліцензіата, а також веденні переговорів щодо його оренди.

4. Сприяти у виборі джерел фінансування діяльності ліцензіата.

5. Організувати підготовку керівників і співробітників фірми-ліцензіата щодо виконання управлінських функцій та операційної діяльності.

6. Продавати ліцензіату за їх заявками всі необхідні товари, матеріали та обладнання (або рекомендувати надійних постачальників).

7. Надати на прохання ліцензіата необхідну консультаційну підтримку щодо ведення бізнесу.

8. Організувати проведення широкомасштабної рекламної кампанії в загальних інтересах ліцензіата та ліцензіара.

Ліцензіат у контракті бере на себе такі зобов'язання:

1. Виконувати всі ділові операції у відповідності з інструкціями та стандартами ліцензіара.

2. Підтримувати необхідний рівень запасів для забезпечення надійного обслуговування клієнтів.

3. Оформити своє приміщення (веб-сайт) рекламою фірми-ліцензіара.

4. Внести у встановлений строк відповідний початковий внесок.

5. Регулярно перераховувати ліцензіару встановлені суми постійних (поточних) платежів.

Крім того, франчайзинговий договір повинен містити положення щодо: порядку й умов його поновлення; порядку й умов його скасування (або припинення). А також інші питання, пов'язані зі специфікою бізнесу ліцензіара та ліцензіата.

Кожен потенційний ліцензіат повинен ретельно перевірити франчайзинговий договір, особливо його статті, що регламентують питання ліквідації, зміни або відновлення франшизи. Це пов'язано з тим, що договір готує ліцензіар і, звичайно, з урахуванням своїх інтересів. Ліцензіат не повинен давати згоду відразу. Можливо, у результаті переговорів ліцензіату пощастить домовитися про більш вигідні умови договору. Перш ніж підписувати франчайзинговий договір рекомендується проконсультуватися з юристом.

9.6. Оцінка франчайзингу

Щоб вирішити питання оплати договору, сторонам необхідно зробити спочатку попередній фінансовий **аналіз потенційного підприємства франчайзі**. Цей аналіз повинен показати, що франчайзі буде мати прийнятний прибуток на свої вкладення після оплати поточних витрат, боргів, виплат франчайзеру.

Аналіз можливого потенціалу успіху бізнесу на базі франчайзингу зробити набагато простіше, якщо існує прототип аналогічної роботи, що дає позитивні результати. Якщо такого прототипу немає, то здійснюючи аналіз, доведеться робити ряд припущень. Іншими словами, два-три роки реального досвіду роботи прототипу в сто разів цінніше для проведення аналізу, ніж десять сторінок припущень про те, що може зробити франчайзі. Звичайно, відсутність прототипу не виключає аналізу, але процедура стає більш складною, а результати менш надійними.

Фінансовий аналіз повинен ґрунтуватися на знаннях організаційної і технічної сторін бізнесу в усіх аспектах.

У будь-якому випадку в аналізі бізнесу потенційного (теоретичного) франчайзі повинно бути враховано наступне:

- оцінка впливу на можливий дохід різних витрат пов'язаних із зміною в архітектурі й інтер'єрі приміщення, його обладнання тощо, тобто з капітальними вкладеннями при утриманні франчайзінгової мережі;

- рішення організаційних питань;

- аналіз існуючих місць розташування підприємства, пропонувані франчайзі: чи є вони оптимальними на сьогоднішній день.

Підприємству торгівлі також доведеться дізнатися про типи товарів і ціни на них. Необхідно провести аналіз персоналу, реклами та витрат на неї, методів роботи існуючих конкурентів; пропонувані розмірів виплат, що повинен буде робити франчайзі для підтримки системи франчайзингу в цілому.

Таким чином, проведений аналіз буде краще відображати дійсну віддачу від вкладеного франчайзі капіталу.

Пропонувані розміри виплат, що повинні робити франчайзі для підтримки системи франчайзингу, необхідно зіставити також з можливостями франчайзера створити і розвивати свою систему.

Далі варто переключити увагу фінансового аналізу на франчайзера і здійснити аналіз, що вже зроблено на першому етапі, маючи на увазі підприємства потенційного франчайзі.

Для цього складається баланс доходів і витрат для власної системи франчайзингу з метою з'ясування розміру необхідного капіталу. Принциповий момент такого аналізу – **визначення розміру виплат за франшизу**. Попередня оцінка системи франчайзингу буде, ймовірно, уточнена пізніше при підготовці бізнес-плану. Проте, так як очікувані результати засновані на приблизному плані, необхідним є його періодичний перегляд для того, щоб обґрунтувати подальші рішення, зокрема, щодо здійснення франчайзингового розподілу товарів чи послуг.

Нижченаведений план – це тільки один зі шляхів аналізу первісних капіталовкладень у пропонувану систему франчайзингу. Як і при розрахунку передбачуваних доходів і витрат для франчайзі, провадиться аналогічний розрахунок для франчайзера.

До складу передбачуваних доходів (рис. 9.6) необхідно включити:

- паушальний внесок (первісний внесок за роботу в системі);

- виплати франчайзі (роялті – регулярні платежі);

- реалізацію товарів (якщо є);

- плату за оренду (якщо є);

- інші статті доходів (бухгалтерські, комп'ютерні, консалтингові, рекламні й інші послуги, якщо вони передбачені франчайзинговим договором).

Необхідно оцінити й передбачувані витрати франчайзера, що включають:

- повернення виплат (первісних внесків) за франчайзинг (можливо, будуть непередбачені випадки по договорах на ранніх етапах розвитку системи, коли франчайзі зажадають повернення коштів – по оцінках закордонних

експертів 10% від отриманих сум буде реальною цифрою), рекламу франчайзингу;

– витрати на підготовку юридичних документів, реєстрацію торгової марки тощо.

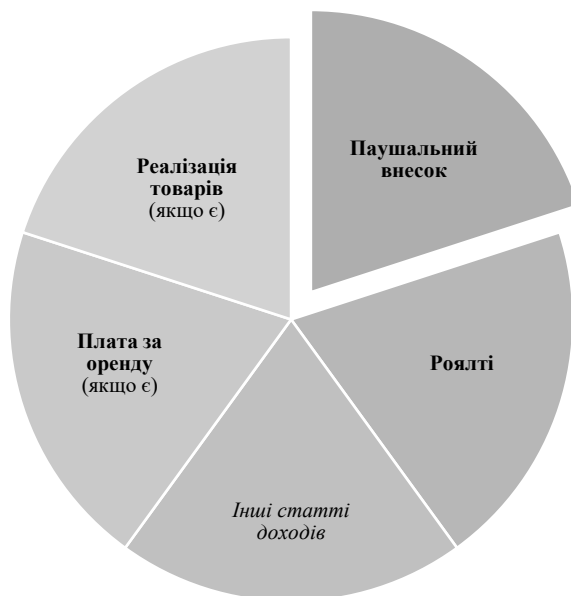


Рис. 9.6 – Орієнтовна структура доходів франчайзера

Аналіз франчайзингу дозволить визначити, через який період часу (днів, місяців, років) буде досягнута точка беззбитковості, самоокупність при різному співвідношенні проданих франшиз. Тільки після проведення попереднього аналізу передбачуваних доходів і витрат франчайзі і франчайзера може скластися оптимальний розмір плати за франшизу, що забезпечить вигідні умови роботи для обидвох сторін.

Призначивши занадто високу ціну, франчайзер ризикує втратити свій бізнес через обмеження чи повну відсутність претендентів на місце франчайзі у своєму бізнесі. Призначивши занадто низьку ціну, франчайзер не залишає коштів для покриття витрат по франчайзингу. Для України ця ситуація ускладнюється інфляційними процесами в економіці.

Тому ще раз варто нагадати про важливість одержання попередніх оцінок фінансових результатів майбутніх підприємств у системі франчайзер-франчайзі.

Єдиних рецептів, що визначають вид франчайзингової плати, немає. Плата за право продавати продукцію чи послуги може стягуватися з франчайзі у формі вступного внеску, або регулярних виплат (роялті), або сполученням перших двох видів. Зустрічаються випадки, коли плата за франшизу включає не тільки зазначені вище витрати, але і плату за рекламу, оренду, навчання тощо.

При вирішенні цього питання варто розібратися, які витрати необхідно компенсувати за рахунок отриманої плати за франшизу.

Усі витрати по їхній ролі в економіці поділяються на:

- капітальні вкладення (будівництво, устаткування, реконструкція підприємства, придбання для нього дорогого обладнання, транспорту тощо);
- придбання нематеріальних активів (організаційні витрати на відкриття нового підприємства, придбання ліцензії тощо);
- одноразові виробничі витрати (підписка, реклама, навчання тощо);
- поточні виробничі витрати (зарплата з нарахуваннями, орендна плата, витрата на матеріали, оплата послуг тощо);
- одноразові та поточні витрати з прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства.

Закупівлю первісного устаткування можна оформити як вступний внесок. Вступний внесок може включати також одноразові витрати. Покриття поточних передбачуваних витрат доцільно визначити у формі платежів (роялті), рівень яких може переглядатися щорічно. Потрібно враховувати, що одним із критеріїв у визначенні величини вступного внеску є конкуренція. Не доцільно встановлювати плату за франшизу вище, ніж інші франчайзери, що працюють у тій самій галузі. Не маючи ще прикладів своєї успішної роботи, франчайзеру надзвичайно ризиковано встановлювати вступний внесок вище чи рівний тому, що встановлюють фірми зі сталою позитивною репутацією в цій галузі.

Пізніше зі зростання інтересу до франшизи та з приходом успіху можна збільшити вступні внески відповідно до попиту. Така стратегія дуже ефективна та забезпечує підвищення цінності франчайзингової пропозиції.

Коли і як стягуються вступні внески. Досвід американських фірм показує, що деякі франчайзери надають перевагу стягуванню вступних внесків окремо за навчання, маркетинг, рекламу, вибір місця.

Проте дроблення витрат породжує більше питань, ніж відповідей. В економічних умовах України краще виділити окремі види платежів, наприклад, орендні зобов'язання по довгостроковій і (чи) поточній оренді. Це обумовлено тим, що в рамках укладених договорів обидві сторони погоджують вартість об'єктів оренди, її умови та терміни, й відповідно можуть проаналізувати свої доходи та витрати.

Франчайзі хочуть і мають право на одержання послуг в обмін на єдиний вступний внесок. Вони не очікують, що їм доведеться платити окремо, наприклад, за маркетинг, консультування тощо. Тому, коли франчайзі говорять, що йому мають намір надавати повну програму підтримки для забезпечення успіху в бізнесі, а потім призначають окремий внесок за головний компонент – навчання – це недоречно.

Як франчайзери стягують внески. Як правило вступний внесок стягується відразу ж після підписання франчайзингового договору. Однак для залучення великої кількості претендентів інші франчайзери поділяють виплати на дві частини, наприклад, 50 % до, 50 % під час навчання.

Умови деяких франчайзингових договорів залежать від вибору місця розташування підприємства франчайзі, тому додатковий внесок за консультування, наприклад, може бути приєднаний до вступного ліцензійного внеску. У цьому випадку франчайзер активно допомагає в пошуку локації для

конкретного франчайзі, покриваючи понесені витрати за рахунок вступного внеску. Така практика стає досить популярною в сфері франчайзингу.

Яким би не був порядок стягування внеску, франчайзер повинен завжди дотримуватись одного правила: ніколи не дозволяти франчайзі відкривати заклад доки вступні внески не виплачені в повній мірі. Товарний знак франчайзера – надзвичайна цінність, яку потрібно охороняти. Надання окремому франчайзі зайвої свободи у використанні франшизи зменшує її цінність та може викликати незадоволення інших франчайзі. Варто пам'ятати, що після відкриття підприємства за франшизою нелегко буде змусити франчайзі виплатити борг за вступним внеском.

Якісно та професійно складений франчайзинговий договір дозволить значно знизити ризик невдачі. Одним з пунктів такої угоди повинен бути пункт про вступний та інші внески. Тут варто задекларувати всі внески, які франчайзі має виплатити до та протягом роботи в бізнесі по франшизі.

Крім того, необхідно прописати, порядок сплати внесків та зазначити чи можуть вони повертатися за певних умов. Наприклад, у договорі вказується, що вся сума вступного внеску в розмірі 100 000 \$ виплачується франчайзі в такий спосіб: 50 000 \$ – при підписанні франчайзингового договору; 25 000 \$ – за тиждень до початку навчання; 25 000 \$ – після закінчення навчання.

Також важливим пунктом франчайзингового договору є обов'язок франчайзі щодо збереження репутації (доброго імені) франчайзингової системи в цілому. Цей обов'язок передбачає строге дотримання стандартів, установлених франчайзером, інструкцій з організації та керування підприємством, визначеної політики цін, участь у маркетингу та рекламі, а також в удосконалюванні методів роботи.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Товарний франчайзинг (франчайза на продаж товару) – це вид франчайзингу, який передбачає, що франчайзі (ліцензіат) отримує лише право на продаж товарів фірми-ліцензіара з її торговою маркою або товарним знаком.

Виробничий франчайзинг (франчайза на виробництво товарів) – це вид франчайзингу, при якому фірма, що володіє технологією виготовлення якогось продукту – франчайзер (ліцензіар), продає заводам – ліцензіатам сировину для виготовлення продукції.

Діловий франчайзинг чи франчайзинг бізнес-формату (франчайзинг на вид діяльності) – це вид франчайзингу, що полягає у залученні ліцензіату в повний виробничо-господарський цикл великої корпорації. Ледь не самий популярний вид франчайзингу, при якому провідна фірма продає ліцензію приватним фірмам чи компаніям на право відкриття власного підприємства з

продажу товарів і послуг під ім'ям франчайзера. З боку великої корпорації пред'являються рівні з нею вимоги до технологічного процесу, якості, а також забезпечується навчання персоналу, вибір площадки будівництва підприємства, інші послуги (методи забезпечення продажів, ведення оперативної звітності тощо).

Локальний франчайзинг – це вид франчайзингу, який характерний для малих мереж, що зосереджуються на розвитку в межах одного-кількох міст

Регіональний франчайзинг – це вид франчайзингу, що передбачає охоплення території однієї або кількох країн.

Глобальний франчайзинг – це франчайзинг, мережа якого має представництва в багатьох країнах та континентах. Під мережею розуміється два або більше підприємств, що використовують одну франшизу.

Національний франчайзинг – це франчайзингова мережа, що поширюється в межах однієї країни.

Міжнародний франчайзинг - це франчайзинг, мережа якого має представництва в багатьох країнах.

Товарний франчайзинг – це торгівля товаром визначеної торгової марки.

Франчайзинг послуг – це франчайзинг, пов'язаний із наданням послуг

Франчайзинг продукту та імені – це спосіб передачі в користування бренду, товару та технологій виробництва або продаж.

Корпоративний франчайзинг – сучасна форма організації франчайзингового бізнесу, при якій ліцензіат оперує не окремим підприємством, а мережею франчайзингових підприємств з використанням найманих менеджерів.

Конверсійний франчайзинг – спосіб розширення франчайзингової мережі, при якому діюче самостійне підприємство переходить за договором франчайзингу франчайзеру та приєднується до системи франчайзингових підприємств, що працюють під контролем одного ліцензіата.

Змішаний франчайзинг – це франчайзинг, що передбачає поєднання особливостей конверсійного та корпоративного франчайзингу.

Франчайзинговий договір (відповідно до ст. 1115 Цивільного кодексу України – **договір комерційної концесії**) – це офіційний документ, що регулює взаємовідносини між ліцензіаром і ліцензіатом, права й обов'язки кожної сторони. Зазвичай договір має довгостроковий характер, хоча може бути укладений на один рік.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. У чому сутність товарного франчайзингу? Наведіть приклади товарного франчайзингу?
2. У чому сутність виробничого франчайзингу? Наведіть приклади виробничого франчайзингу?
3. У чому сутність ділового франчайзингу? Наведіть приклади ділового франчайзингу.
4. У чому сутність корпоративного і конверсійного франчайзингу? Наведіть приклади цих видів франчайзингу.
5. У чому полягають переваги франчайзингу для ліцензіара?
6. Чим франчайзингова система залучає ліцензіатів?
7. Яку інформацію повинен надати ліцензіар потенційному ліцензіатові ще до підписання угоди?
8. Які основні положення повинен містити франчайзинговий договір?
9. Які зобов'язання ліцензіара і ліцензіата повинен містити в собі франчайзинговий договір?
10. На які суттєві моменти договору повинен звернути увагу ліцензіат у процесі його вивчення? Поясніть.
11. З якими ризиками пов'язане інвестування засобів у придбання франчайзи?
12. Що конкретно містять у собі франчайзингові платежі?
13. За якою схемою здійснюється оцінка франчайзингу?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. *Франчайзинг, який припускає, що ліцензіат одержує лише тільки право на продаж товарів фірми ліцензіара з її торговою маркою чи товарним знаком, називається:*
 - а) франчайзинг на вид діяльності;
 - б) франчайзинг на продаж товарів;
 - в) франчайзинг на виробництво товарів;
 - г) корпоративний франчайзинг.
2. *Форма організації франчайзингового бізнесу, при якій відома компанія, що володіє технологією виготовлення деякого продукту, продає заводам сировину для виготовлення, називається:*
 - а) франчайзинг на продаж товарів;

- б) франчайзинг на виробництво товарів;
- в) корпоративний франчайзинг;
- г) конверсійний франчайзинг.

3. *Франчайзинг бізнес-формату (франчайзинг на вид діяльності) – це:*

- а) залучення малого підприємства в повний виробничо-господарський цикл великої корпорації;
- б) оренда підприємства;
- в) складання бізнес-плану;
- г) пошук джерел фінансування.

4. *Сучасна форма організації франчайзингового бізнесу, при якій ліцензіат оперує не окремим підприємством, а мережею франчайзингових підприємств із використанням найманих менеджерів, це:*

- а) франчайзинг на продаж товарів;
- б) франчайзинг на виробництво товарів;
- в) корпоративний франчайзинг;
- г) конверсійний франчайзинг.

5. *Спосіб розширення франчайзингової мережі, при якому діюче самостійне підприємство переходить на роботу за договором франчайзингу і приєднується до системи франчайзингових підприємств, що працюють під контролем одного ліцензіата, це:*

- а) франчайзинг на вид діяльності;
- б) франчайзинг на виробництво товарів;
- в) корпоративний франчайзинг;
- г) конверсійний франчайзинг.

6. *Перевагами франчайзингу для ліцензіату є:*

- а) навчання менеджменту та консультативна допомога;
- б) стандартизація діяльності;
- в) франчайзингові платежі;
- г) контракт на поставку сировини.

7. *Перевагами франчайзингу для ліцензіату є:*

- а) контракт на оренду обладнання;
- б) бізнес під широко відомим товарним знаком;
- в) стандартизація діяльності;
- г) франчайзингові платежі.

8. *Основним недоліком ділового франчайзингу є:*

- а) обмежена сфера застосування, вузька спеціалізація ліцензіата;
- б) великі початкові витрати на придбання франшизи;
- в) іноді надмірна регламентація діяльності, яка придушує ініціативність ліцензіата;

г) необхідність адаптації приватного підприємства до залежного положення.

9. *Перевагою франчайзингу для франчайзера (ліцензіара) є:*

- а) швидкий розвиток свого бізнесу за рахунок франчайзі (ліцензіата);
- б) франчайзинговий договір, який передбачає ряд положень, що захищають франчайзі;
- в) франчайзі є незалежними власниками бізнесу;
- г) збереження конфіденційності комерційної таємниці.

10. *Перевагою франчайзингу для франчайзера (ліцензіара) є:*

- а) франчайзинговий договір, який передбачає ряд положень, що захищають франчайзі;
- б) розширення збутової мережі своєї продукції;
- в) франчайзі є незалежними власниками бізнесу;
- г) збереження конфіденційності комерційної таємниці.

11. *Перевагою франчайзингу для франчайзера (ліцензіара) є:*

- а) франчайзинговий договір передбачає ряд положень, що захищають франчайзі;
- б) франчайзі є незалежними власниками бізнесу;
- в) збереження конфіденційності комерційної таємниці;
- г) об'єднати зусилля окремих ліцензіатів в організації широкомасштабних рекламних компаній.

12. *Недоліком франчайзингу для франчайзера є:*

- а) вихід з франчайзингової системи успішно працюючих франчайзі;
- б) отримання коштів за продажу ліцензії;
- в) отримання постійних платежів в формі відсотку від обсягу продажів фірми-ліцензіата;
- г) широкомасштабні рекламні компанії.

13. *Франчайзинговий договір – це:*

- а) офіційний документ, що регулює взаємовідносини між ліцензіаром і ліцензіатом, права і зобов'язання кожної сторони;
- б) контракт на постачання сировини;
- в) контракт з фінансовою установою;
- г) контракт на реалізацію продукції.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Обґрунтуйте, чому реалізація специфічних переваг франчайзингу є основою підвищення життєздатності всіх суб'єктів підприємництва. Чому завдяки винятковій ринковій мобільності франчайзинг доводить свою ефективність та життєздатність?

Завдання 2

На конкретних прикладах розкрийте, переважно в яких сферах працюють фірми за системою франчайзингу. Поясніть чому.

Завдання 3

Наведіть кейси успішних та провальних франшиз. Обґрунтуйте:

- від яких факторів залежить успішний розвиток франшизи;
- якими є основні причини невдачі при здійсненні франчайзингової діяльності.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Історія виникнення франчайзингу.
2. Розвиток франчайзингу на сучасному етапі.
3. Франчайзинг – метод ведення бізнесу.
4. Сутність товарного франчайзингу. Приклади товарного франчайзингу.
5. Сутність виробничого франчайзингу. Приклади виробничого франчайзингу.
6. Сутність ділового франчайзингу. Приклади ділового франчайзингу.
7. Сутність корпоративного і конверсійного франчайзингу. Приклади корпоративного і конверсійного франчайзингу.
8. Переваги франчайзингу для ліцензіара (франчайзера).
9. Переваги франчайзингу для ліцензіата (франчайзі).
10. Франчайзингові платежі.
11. Схема оцінки франчайзингу.
12. Франчайзинговий контракт та його основні положення.
13. Тенденції розвитку франчайзингу в Україні на сучасному етапі.
14. Приклади розвитку франчайзингових фірм в Україні.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Добрава Н. В., Осипова М. М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса, 2018. 305 с.
2. Кучеренко В.Р., Добрава Н.В., Осипова М.М. Практичний курс бізнесу: (Бізнес-тренінг): збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань. Навчальний посібник. Рекомендовано МОНУ. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Одеса, 2013. 184 с.
3. Апопій В. В., Шутовська Н. О., Серeda С. А. Основи підприємництва: навч. посіб. Львів, 2019. 322 с.
4. Педько А. Б. Основи підприємництва і бізнес культура. Київ: Центр навчальної літератури, 2019. 168 с.
5. Воронкова В. Г. Основи підприємництва: теорія та практикум: навч. посіб. Київ: Ліра-К, 2014. 455 с.
6. Федерація розвитку франчайзингу. URL: <http://fdf.org.ua/>.
7. Як проаналізувати франшизу (чек-лист). URL: <https://business.diia.gov.ua/handbook/francajzing/ak-proanalizuvati-fransizu-cek-list>.

ВИБІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 10.1. Види організаційно-правових форм підприємницької діяльності.
- 10.2. Особливості основних організаційних форм підприємництва.
- 10.3. Критерії оцінки організаційно-правових форм підприємницької діяльності.
- 10.4. Види об'єднання підприємств.

 **Основні поняття та терміни:** організаційно-правова форма, фізична особа-підприємець, юридична особа, підприємство, приватне підприємство, підприємство колективної власності, комунальне підприємство, підприємство змішаної форми власності, державне підприємство, спільне комунальне підприємство, унітарне підприємство, корпоративне підприємство, фермерське господарство, казенне підприємство, господарське товариство, акціонерне товариство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, кооператив, організація (установа, заклад), об'єднання підприємств, відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи, товарна біржа, господарське об'єднання, асоціація, корпорація, концерн, консорціум, холдингова компанія.

10.1. Види організаційно-правових форм підприємницької діяльності

Будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в рамках певної організаційно-правової форми. Вибір організаційно-правової форми залежить від особистих пристрастей і видів, але в головному визначається об'єктивними умовами – сферою діяльності, наявністю грошових коштів, плюсами й мінусами самих форм.

Організаційно-правова форма господарювання – це форма здійснення господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

Згідно з Господарським кодексом України (від 16.01.2003 № 436-IV) (редакція від 04.07.2020 р.) підприємницьку діяльність можуть здійснювати господарські організації – юридичні особи, а також громадяни, які

zareєстровані відповідно до закону як підприємці. Відповідно, основними формами господарювання є: фізичні особи-підприємці та юридичні особи.

ФІЗИЧНА ОСОБА-ПІДПРИЄМЕЦЬ – громадянин України, іноземний громадянин, особа без громадянства, що здійснює підприємницьку діяльність. Громадянин визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи. Громадянин-підприємець відповідає за своїми зобов'язаннями усім своїм майном, на яке відповідно до закону може бути звернено стягнення.

ЮРИДИЧНА ОСОБА – підприємство, організація, установа, яка виступає єдиним самостійним носієм прав і зобов'язань. Юридична особа може бути створена шляхом об'єднання осіб та (або) майна.

Підприємство – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським Кодексом України (ГКУ) та іншими законами.

У свою чергу Господарський Кодекс України класифікує підприємства за різними ознаками, зокрема такими:

- кількість працюючих та рівень доходів;
- форма власності;
- спосіб утворення (заснування) та формування статутного капіталу.

Згідно ст. 55 Господарського кодексу суб'єкти господарювання **залежно від кількості працюючих та доходів** від будь-якої діяльності за рік можуть належати до *суб'єктів малого підприємництва*, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, *суб'єктів середнього або суб'єктів великого підприємництва*. Дана класифікація передбачає два критерії: кількість працюючих та обсяг доходу. Для цілей бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності з 2018 року використовується нова класифікація, яка не збігається з Господарським кодексом. Законом України від 05.10.2017 р. №2164-VIII «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» усі підприємства можуть належати до мікропідприємств, малих, середніх або великих підприємств. У запропонованій в Законі класифікації виділяються три критерії: балансова вартість активів, чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт) та середня кількість працюючих. Введення нової класифікації впливає на: строки оприлюднення фінансової та консолідованої фінансової звітності різними типами підприємств; використання спрощених форм фінансової звітності.

У таблиці 10.1 проведено порівняння класифікацій розподілу підприємств згідно з Законом України Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» та Господарським кодексом України (ГКУ).

Для визначення відповідності критеріям, зазначеним в євро, застосовується офіційний курс гривні щодо іноземних валют (середній за

період), розрахований на підставі курсів Нацбанку, що встановлювались для євро протягом відповідного року.

Таблиця 10.1 – Порівняння класифікації відношення суб'єктів господарювання до мікро- малого, середнього та великого підприємництва

Відповідно до Закону №2164-VIII	Відповідно до ст. 55 ГКУ
1	2
Мікро підприємництво	
Суб'єктами мікро підприємництва є мікропідприємства – це підприємства, показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: 1) балансова вартість активів – до 350 тисяч євро; 2) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро; 3) середня кількість працівників — до 10 осіб.	Суб'єктами мікро підприємництва є: 1) фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України; 2) юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.
Мале підприємництво	
Суб'єктами малого підприємництва є малі підприємства – це підприємства, які не відповідають критеріям для мікропідприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: 1) балансова вартість активів – до 4 мільйонів євро; 2) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) складає до 8 мільйонів євро; 3) середня кількість працівників – до 50 осіб.	Суб'єктами малого підприємництва є: 1) фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України; 2) юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

1	2
Середнє підприємництво	
Суб'єктами середнього підприємництва є середні підприємства, які не відповідають критеріям для малих підприємств та показники яких на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: 1) балансова вартість активів – до 20 мільйонів. євро; 2) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 40 мільйонів. євро; 3) середня кількість працівників – до 250 осіб.	Суб'єктами середнього підприємництва є інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва.
Велике підприємництво	
Суб'єктами великого підприємництва є великі підприємства, які не відповідають критеріям для середніх підприємств та показники на дату складання річної фінансової звітності за рік, що передуює звітному, відповідають щонайменше двом з таких критеріїв: 1) балансова вартість активів – понад 20 мільйонів євро; 2) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – понад 40 мільйонів євро; 3) середня кількість працівників – понад 250 осіб.	Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Новоутворені підприємства під час визначення відповідності критеріям застосовують показники на дату складання річної фінансової звітності.

Відповідно Закону №2164-VIII для того щоб віднести суб'єкт господарювання до потрібної розмірної групи, необхідно проаналізувати Баланс та Звіт про фінансові результати, та необхідно керуватися двома важливими правилами.

1. Для того щоб віднести суб'єкт господарювання до тієї чи іншої розмірної групи, підприємство повинне одночасно відповідати як мінімум двом критеріям, установленим Законом.

2. При визначенні розмірної групи для цілей складання фінансової звітності за 2019 рік аналізують показники річної фінансової звітності за 2017 рік. Тобто мале за підсумками 2017 року підприємство для цілей складання фінансової звітності за 2019 рік також вважається малим.

3. Новостворені підприємства для цілей класифікації застосовують показники на дату складання річної фінансової звітності.

4. Якщо протягом двох років підряд підприємство не відповідає критеріям певної групи, то йому слід перейти до іншої категорії, критеріям якої воно відповідає.

Залежно від **форм власності** в Україні можуть діяти підприємства таких видів (рис. 10.1):

- *приватне підприємство*, яке діє на основі приватної власності громадян або суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, яке діє на основі *колективної власності* (підприємство колективної власності);
- *комунальне підприємство*, яке діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- *державне підприємство*, яке діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на *змішаній формі* власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).
- *спільне комунальне підприємство*, що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами
- суб'єктами співробітництва.

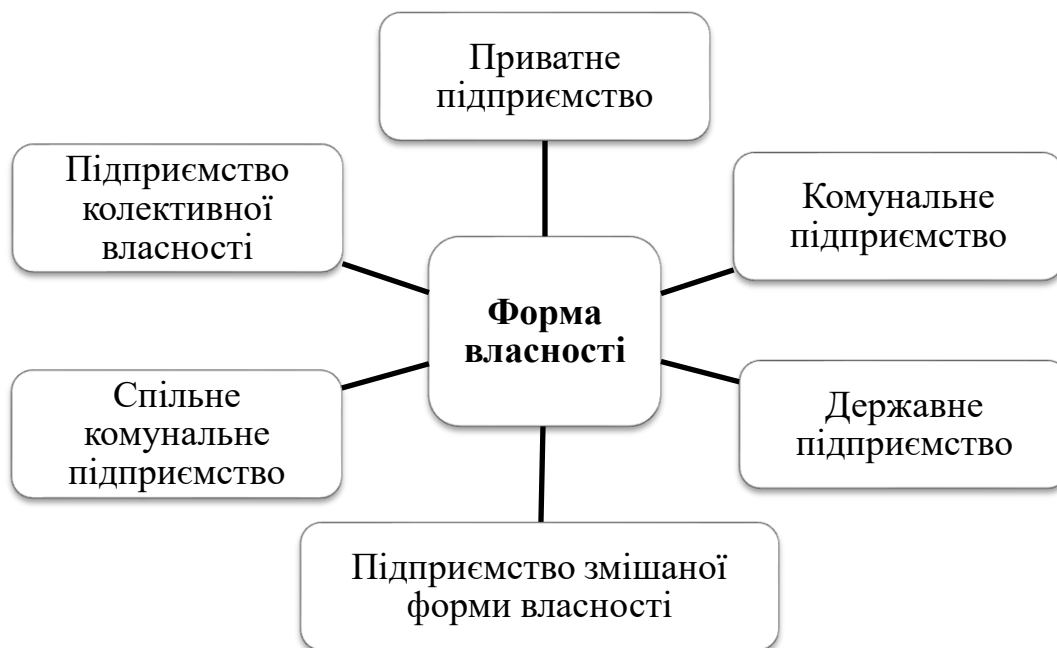


Рис. 10.1 – Класифікація підприємств України залежно від форм власності

Залежно від **способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу** в Україні діють підприємства: унітарні; корпоративні (рис. 10.2).

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не розділений на долі (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який призначається (обирається) засновником (наглядовою

радою такого підприємства у разі її утворення), керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства.

Унітарними можуть бути: підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.



Рис. 10.2 – Класифікація підприємств України залежно від формування статутного капіталу

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства.

Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

У Додатку Д наведено класифікатор організаційно-правових форм господарювання. Відповідно до класифікатору основними організаційно-правовими формами господарювання є такі, що представлені на рис. 10.3.

Розглянемо основні організаційно-правові форми господарювання, що наведені у класифікаторі.

Підприємство – це відокремлена спеціалізована господарча одиниця, основою якої є професійно-організований трудовий колектив, який за допомогою засобів виробництва, що є в його розпорядженні, виготовляє необхідну споживачу продукцію, виконує роботи, надає послуги.

Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків та може мати печатки.

До підприємств належать: фермерське господарство, приватне підприємство, державне підприємство, казенне підприємство, комунальне

підприємство, дочірнє підприємство, іноземне підприємство, підприємство об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки), підприємство споживчої кооперації.

Підприємства

Господарські товариства

Кооперативи

Організації (установи, заклади)

Об'єднання підприємств (юридичних осіб)

Відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи

Непідприємницькі підприємства

Громадські об'єднання, профспілки, благодійні організації та інші подібні організації

Інші організаційно-правові форми (у т.ч. фізична особа-підприємець, товарна біржа та ін.)

Рис. 10.3 – Основні організаційно-правові форми господарювання

На рис. 10.4 представлена класифікація організаційно-правових форм, у яких можуть здійснювати підприємницьку діяльність підприємства України.



Рис. 10.4 – Класифікація організаційно-правових форм підприємств України

ФЕРМЕРСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО – це форма підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства, відповідно до закону.

Фермерське господарство підлягає державній реєстрації як юридична особа або фізична особа-підприємець. Фермерське господарство може бути створене одним громадянином України або кількома громадянами України, які є родичами або членами сім'ї. Фермерське господарство має найменування та може мати печатки.

Фермерське господарство діє на основі установчого документа (для юридичної особи – статуту, для господарства без статусу юридичної особи – договору (декларації) про створення фермерського господарства). В установчому документі зазначаються найменування господарства, його місцезнаходження, адреса, предмет і мета діяльності, порядок формування майна (складеного капіталу), органи управління, порядок прийняття ними рішень, порядок вступу до господарства та виходу з нього та інші положення, що не суперечать законодавству України.

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО – це підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи.

ДЕРЖАВНЕ ПІДПРИЄМСТВО – це підприємство, що діє на основі державної власності. А також суб'єкти господарювання, державна частка у статутному фонді яких перевищує п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цих суб'єктів.

Державне унітарне підприємство – це підприємство, що утворюється компетентним органом державної влади в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини державної власності, як правило, без поділу її на частки, і входить до сфери його управління. Найменування державного унітарного підприємства повинно містити слова «державне підприємство».

Державні унітарні підприємства діють як державні комерційні або казенні. *Державне комерційне підприємство* – це суб'єкт підприємницької діяльності, діє на основі статуту на принципах підприємництва і несе відповідальність за наслідки своєї діяльності усім належним йому на праві господарського відання майном.

КАЗЕННЕ ПІДПРИЄМСТВО – це юридична особа, створена державою як єдиним засновником. Майно юридичної особи цього виду належить не самій особі, а засновнику, тобто державі. Розпорядження основними фондами казенного підприємства можливо лише з дозволу органу, уповноваженого управляти відповідним державним майном.

КОМУНАЛЬНЕ ПІДПРИЄМСТВО – це підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади. *Комунальне унітарне підприємство* – підприємство, утворене компетентним органом місцевого самоврядування в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини комунальної власності і входить до сфери його управління. Найменування комунального унітарного підприємства повинно містити слова «комунальне підприємство» та вказівку на орган місцевого самоврядування, до сфери управління якого входить дане підприємство.

ДОЧІРНЄ ПІДПРИЄМСТВО – це підприємство, єдиним засновником якого є інше підприємство (підприємство, залежне від іншого)

У Господарському кодексі визначені поняття «підприємство з іноземними інвестиціями» і «іноземне підприємство». У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків, воно визнається *підприємством з іноземними інвестиціями*. Підприємство набуває статусу підприємства з іноземними інвестиціями з дня зарахування іноземної інвестиції на його баланс. Іноземною інвестицією є цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності відповідно до законодавства України з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту.

ІНОЗЕМНЕ ПІДПРИЄМСТВО – це підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків. Іноземним підприємством є унітарне або корпоративне підприємство, створене за законодавством України, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб, або діюче підприємство, придбане повністю у власність цих осіб.

ПІДПРИЄМСТВО ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДЯН (релігійної організації, профспілки) – це унітарне підприємство, засноване на власності об'єднання громадян, релігійної організації або профспілки для здійснення господарської діяльності з метою виконання їх статутних завдань. Засновником такого підприємства є відповідне об'єднання громадян, релігійна організація, профспілка, що має статус юридичної особи, а також їх об'єднання (спілки) у разі, якщо їх статутом передбачено право заснування підприємств.

ПІДПРИЄМСТВО СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ – це унітарне або корпоративне підприємство, утворене споживчим товариством (товариствами) або спілкою (об'єднанням) споживчих товариств з метою здійснення статутних цілей цих товариств, спілок (об'єднань).

Наступним розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є господарське товариство.

Господарське товариство – підприємства, організації та установи, створені юридичними або фізичними особами на основі об'єднання їх коштів і майна для здійснення підприємницької діяльності та отримання прибутку. Господарські товариства займаються підприємницькою діяльністю в усіх сферах економіки, за винятком обмежень, встановлених законодавством. Вони є власниками майна, переданого їм засновниками й учасниками, виробленої продукції, отриманих доходів від виробничої та комерційної діяльності, іншого майна і доходів, отриманих на законних підставах.

До *господарських товариств* відноситься: акціонерне товариство, державна акціонерна компанія, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, адвокатське об'єднання, адвокатське бюро.

Основні ознаки господарських товариств.

1. Господарське товариство може діяти у складі одного учасника.
2. Засновниками і учасниками товариства можуть бути суб'єкти господарювання, інші учасники господарських відносин, а також громадяни, які не є суб'єктами господарювання.
3. Господарські товариства є юридичними особами.
4. Суб'єкти господарювання – юридичні особи, які стали засновниками або учасниками господарського товариства, зберігають статус юридичної особи.
5. Господарські товариства можуть здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, якщо інше не передбачено законом.
6. Господарське товариство може створюватися та діяти на підставі модельного статуту в порядку, визначеному законом.

Основні нормативні акти, які регулюють питання діяльності господарських товариств: Цивільний кодекс України, Господарський кодекс України, Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» № 2275-VIII від 06.02.2018 р., Закон України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 р. № 514-VI.

На рис. 10.5 представлена класифікація організаційно-правових форм, у яких можуть здійснювати підприємницьку діяльність господарські товариства.

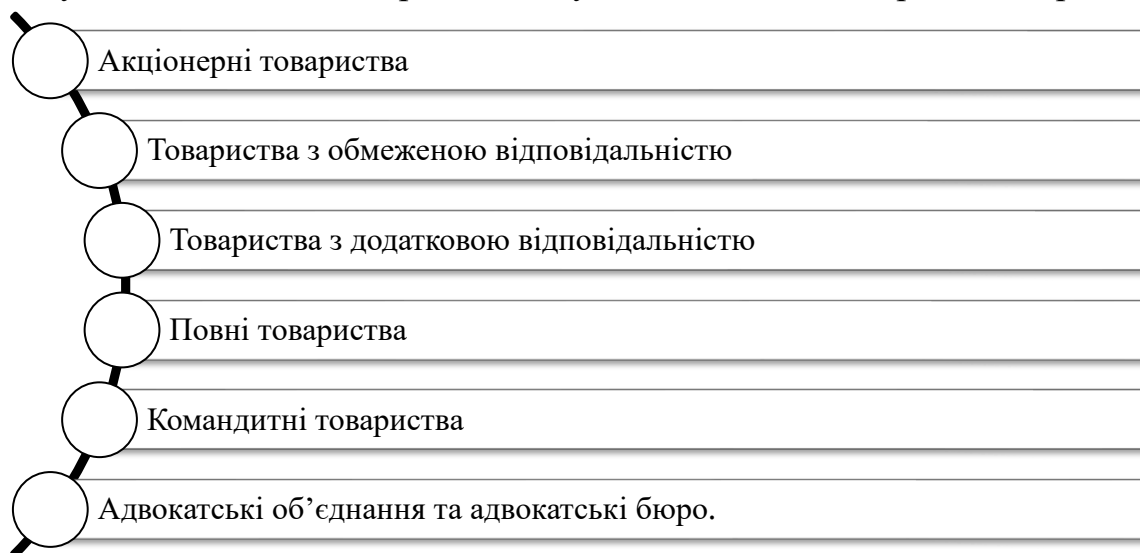


Рис. 10.5 – Класифікація організаційно правових форм господарських товариств

АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО – це господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями.

ДЕРЖАВНА АКЦІОНЕРНА КОМПАНІЯ (ТОВАРИСТВО) – це акціонерне товариство, державна частка у статутному фонді якого перевищує

п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цієї компанії.

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ – це господарське товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами, і несе відповідальність за своїми зобов'язаннями тільки своїм майном. Учасники товариства, які повністю сплатили свої вклади, несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах своїх вкладів.

ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ – це господарське товариство, статутний фонд якого поділено на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а за недостатністю 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.

ПОВНЕ ТОВАРИСТВО – це господарське товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

КОМАНДИТНЕ ТОВАРИСТВО – це господарське товариство, в якому разом з одним або більше учасників, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників).

Третім розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є кооператив.

Кооператив – юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування.

Кооперативи можуть бути такими: виробничий, обслуговуючий, споживчий, сільськогосподарський виробничий, сільськогосподарський обслуговуючий та кооперативний банк.

На рис. 10.6 представлена класифікація організаційно-правових форм, у яких можуть здійснювати підприємницьку діяльність кооперативи.

ВИРОБНИЧИЙ КООПЕРАТИВ – це кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних осіб для спільної виробничої або іншої господарської діяльності з метою одержання прибутку на засадах їх обов'язкової трудової участі та об'єднанні майнових пайових внесків, участі в управлінні підприємством та розподілі доходу між членами кооперативу відповідно до їх участі у його діяльності. Виробничі кооперативи можуть здійснювати виробничу, переробну, заготівельно-збутову, постачальницьку, сервісну і будь-яку іншу підприємницьку діяльність.

ОБСЛУГОВУЮЧИЙ КООПЕРАТИВ – це кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та (або) юридичних осіб для надання послуг переважно членам кооперативу, а також іншим особам з метою провадження їх

господарської діяльності. Обслуговуючі кооперативи надають послуги іншим особам в обсягах, що не перевищують 20 відсотків загального обороту кооперативу.



Рис. 10.6 – Класифікація організаційно-правових форм кооперативів

СПОЖИВЧИЙ КООПЕРАТИВ – це кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та (або) юридичних осіб для організації торговельного обслуговування, заготівель сільськогосподарської продукції, сировини, виробництва продукції та надання інших послуг з метою задоволення споживчих потреб його членів.

Сільськогосподарський кооператив – це юридична особа, утворена фізичними та (або) юридичними особами, що є сільськогосподарськими товаровиробниками, на засадах добровільного членства та об'єднання майнових пайових внесків для спільної виробничої діяльності у сільському господарстві та обслуговування переважно членів кооперативу.

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИЙ ВИРОБНИЧИЙ КООПЕРАТИВ – це юридична особа, утворена шляхом об'єднання фізичних осіб, які є сільськогосподарськими товаровиробниками, для спільного виробництва продукції сільського, рибного і лісового господарства на засадах обов'язкової трудової участі у процесі виробництва.

СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИЙ ОБСЛУГОВУЮЧИЙ КООПЕРАТИВ – це кооператив, створений для надання послуг переважно членам кооперативу та іншим особам з метою провадження їх сільськогосподарської діяльності.

КООПЕРАТИВНИЙ БАНК – це банк, створений суб'єктами господарювання, а також іншими особами за принципом територіальності на засадах добровільного членства та об'єднання пайових внесків для спільної грошово-кредитної діяльності. Можуть створюватися місцеві та центральний кооперативні банки. Статутний фонд кооперативного банку поділяється на паї.

Кожний учасник кооперативного банку незалежно від його участі (паю) у статутному фонді банку має право одного голосу.

Наступним розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є організації (установи, заклади).

Організація (установа, заклад) – це організаційна структура, створена однією або кількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні нею, шляхом об'єднання (виділення) їхнього майна для досягнення мети, визначеної засновниками, за рахунок цього майна.

Організації (установи, заклади) бувають такими: орган державної влади, судова система, орган місцевого самоврядування, державна організація (установа, заклад), комунальна організація (установа, заклад), приватна організація (установа, заклад), організація (установа, заклад) об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки, споживчої кооперації тощо), організація орендарів, організація покупців.

На рис. 10.7 представлена класифікація організаційно-правових форм, у яких можуть здійснювати підприємницьку діяльність організації.

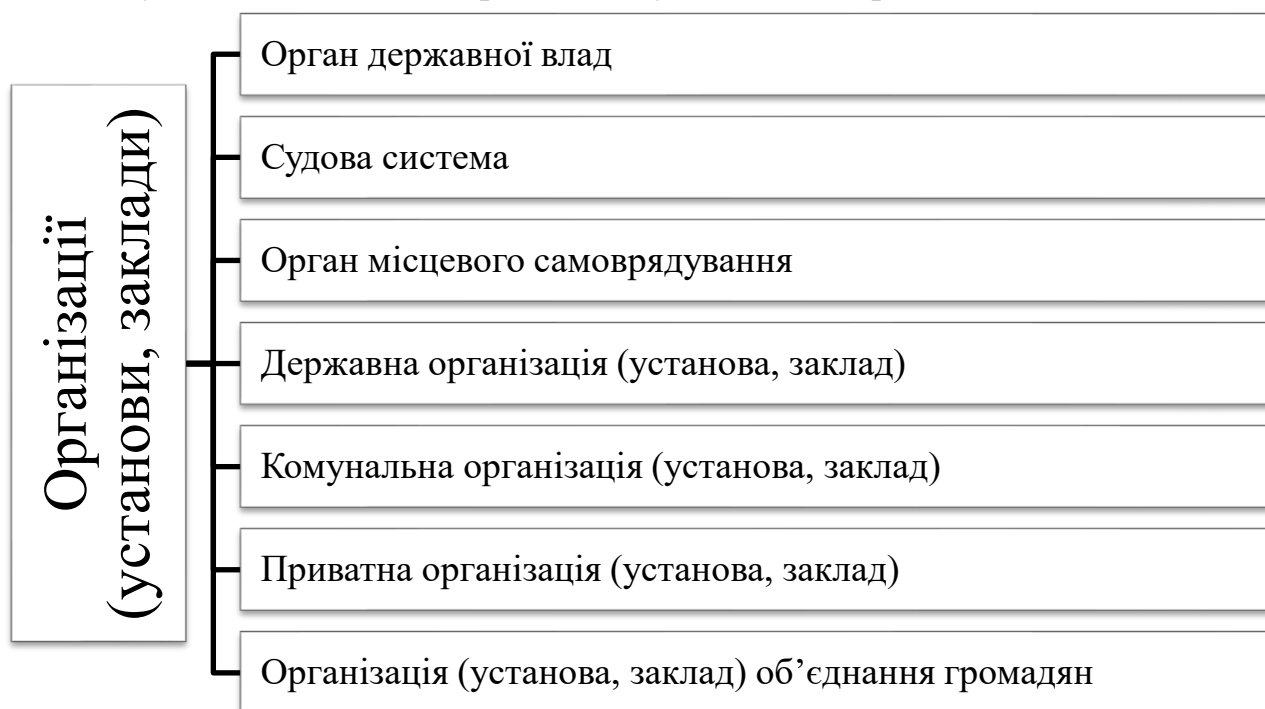


Рис. 10.7 – Класифікація організаційно-правових форм організацій

ОРГАН ДЕРЖАВНОЇ ВЛАДИ – це організаційна структура, через яку реалізується державна влада в Україні, йдеться про владні структури законодавчої, та виконавчої влади. Наприклад, Верховну Раду України (парламент) як єдиний *орган законодавчої влади* в Україні; Кабінет Міністрів України – вищий орган в системі органів виконавчої влади; міністерства, державні комітети (державні служби) та центральні органи виконавчої влади зі спеціальним статусом.

СУДОВА СИСТЕМА – це сукупність всіх судів, об'єднаних відповідно до їх компетенції, завдань і цілей, організації та функціонування, яка будується на

принципі територіальності та спеціалізації і ґрунтується на конституційних засадах правосуддя.

Систему судоустрою складають: місцеві суди; апеляційні суди; Верховний Суд – найвищий суд. Для розгляду окремих категорій справ в системі судоустрою діють вищі спеціалізовані суди. Вищими спеціалізованими судами є: Вищий суд з питань інтелектуальної власності; Вищий антикорупційний суд.

ОРГАН МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ – це організаційна структура, через яку реалізується місцеве самоврядування. Зокрема це сільські, селищні, міські ради та їх виконавчі органи, районні та обласні ради, які представляють спільні інтереси територіальних громад сіл, селищ, міст.

Органи державної влади та органи місцевого самоврядування не є суб'єктами господарювання.

ДЕРЖАВНА ОРГАНІЗАЦІЯ (УСТАНОВА, ЗАКЛАД) – це організаційна структура, що утворюється компетентним органом державної влади в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини державної власності, як правило, без поділу її на частки, і входить до сфери його управління.

КОМУНАЛЬНА ОРГАНІЗАЦІЯ (УСТАНОВА, ЗАКЛАД) – це організаційна структура, що утворюється компетентним органом місцевого самоврядування в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини комунальної власності і входить до сфери його управління.

ПРИВАТНА ОРГАНІЗАЦІЯ (УСТАНОВА, ЗАКЛАД) – це організаційна структура, що утворюється на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства або на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи.

ОРГАНІЗАЦІЯ (УСТАНОВА, ЗАКЛАД) ОБ'ЄДНАННЯ ГРОМАДЯН (РЕЛІГІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ, ПРОФСПІЛКИ, СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТОЩО) – це організаційна структура, що утворюється на власності об'єднання громадян, релігійної організації, профспілки, споживчих товариств, їх спілок чи об'єднань для здійснення господарської діяльності з метою виконання їх статутних завдань у разі, якщо їх статутом передбачено право заснування організацій.

Наступним розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є об'єднання підприємств.

Об'єднання підприємств (юридичних осіб) – господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств (юридичних осіб) з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань. Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на добровільних засадах або за рішенням органів, мають право утворювати об'єднання підприємств.

До *об'єднання підприємств (юридичних осіб)* відносять: асоціацію, корпорацію, консорціум, концерн, холдингову компанію, інші об'єднання юридичних осіб. Більше детальніше про об'єднання підприємств мова буде йти у питанні 4.

Наступним розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи.

Відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи – це філія (інший відокремлений підрозділ) та представництво.

ФІЛІЯ – це відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює всі або частину її функцій. Філії не є юридичною особою. Філії наділяються майном юридичної особи, що її створила і діє на підставі затвердженого нею положення. Керівник філії призначається юридичною особою і діє на підставі виданої нею довіреності. Крім філії, як назву організаційно-правової форми можна зазначати інші види відокремлених підрозділів: структурний підрозділ, відділення тощо.

ПРЕДСТАВНИЦТВО – це відокремлений підрозділ юридичної особи, що розташований поза її місцезнаходженням та здійснює представництво і захист інтересів юридичної особи. Представництва наділяються майном юридичної особи, що її створила і діє на підставі затвердженого нею положення. Керівник представництва призначається юридичною особою і діє на підставі виданої нею довіреності.

Наступним розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є **громадські об'єднання, профспілки, благодійні організації та інші подібні організації**.

До *громадських об'єднань, профспілок, благодійних організацій та інших подібних організацій* включаються: політична партія, громадська організація, громадська спілка, релігійна організація, профспілка, об'єднання профспілок, творча спілка, благодійна організація, організація роботодавців, об'єднання співвласників багатоквартирного будинку, орган самоорганізації населення.

ПОЛІТИЧНА ПАРТІЯ – зареєстроване згідно з законом добровільне об'єднання громадян – прихильників певної загальнонаціональної програми суспільного розвитку, що має своєю метою сприяння формуванню і вираженню політичної волі громадян, бере участь у виборах та інших політичних заходах.

ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ – це об'єднання громадян для задоволення та захисту своїх законних соціальних, економічних, творчих, вікових, національно-культурних, спортивних та інших спільних інтересів.

ГРОМАДСЬКА СПІЛКА – це об'єднання громадян мають право на добровільних засадах засновувати або вступати між собою в спілки (союзи, асоціації тощо), утворювати блоки та коаліції, укладати між собою угоди про співробітництво та взаємодопомогу. Засновниками спілок об'єднань громадян є об'єднання громадян.

РЕЛІГІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ – це організація, яка утворюється з метою задоволення релігійних потреб громадян сповідувати і поширювати віру і діють відповідно до своєї ієрархічної та інституційної структури, обирає, призначає та замінює персонал згідно зі своїми статутами (положеннями). Релігійними організаціями є релігійні громади, управління і центри, монастирі, релігійні братства, місіонерські товариства (місії), духовні навчальні заклади, а також

об'єднання, що складаються з вищезазначених релігійних організацій. Релігійні об'єднання представляються своїми центрами (управліннями).

ПРОФСПІЛКА – це добровільна неприбуткова громадська організація, що об'єднує громадян, пов'язаних спільними інтересами за родом їх професійної (трудової) діяльності (навчання). Для представництва і здійснення захисту прав та інтересів членів профспілок на відповідному рівні договірному регулювання трудових і соціально-економічних відносин профспілки, організації профспілок можуть мати статус первинних, місцевих, обласних, регіональних, республіканських, всеукраїнських. Організації профспілки – організаційні ланки профспілки, визначені статутом профспілки, що діють у межах повноважень, наданих статутом та законом.

ОБ'ЄДНАННЯ ПРОФСПІЛОК. З метою виконання своїх статутних завдань профспілки, їх організації (якщо це передбачено статутом) мають право на добровільних засадах створювати об'єднання (ради, федерації, конфедерації тощо) за галузевою, територіальною або іншою ознакою, а також входити до складу об'єднань та вільно виходити з них.

ТВОРЧА СПІЛКА – добровільне об'єднання професійних творчих працівників відповідного фахового напрямку в галузі культури та мистецтва, яке має фіксоване членство, діє на підставі статуту. *Професійний творчий працівник* – фізична особа, творча діяльність якої становить її основне зайняття, що завершується створенням і оприлюдненням творів або їх інтерпретацією в галузі культури та мистецтва і є головним джерелом її доходів, незалежно від того, має вона чи не має будь-які юридично оформлені трудові відносини. *Творча діяльність* – індивідуальна чи колективна творчість професійних творчих працівників, результатом якої є твір чи його інтерпретація, що мають культурно-мистецьку цінність.

БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ – це недержавна організація, головною метою діяльності якої є здійснення благодійної діяльності в інтересах суспільства або окремих категорій осіб. Благодійні організації можуть створюватись у формах членських благодійних організацій, благодійних фондів, благодійних установ, інших благодійних організацій (фондацій, місій, ліг тощо)

ОРГАНІЗАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ – це самоврядна статутна організація, що утворюється на засадах добровільності та рівноправності з метою представництва і захисту законних інтересів роботодавців. Організації роботодавців можуть об'єднуватись у спілки та інші статутні об'єднання роботодавців.

ОБ'ЄДНАННЯ СПІВВЛАСНИКІВ БАГАТОКВАРТИРНОГО БУДИНКУ – це юридична особа, створена власниками для сприяння використанню їхнього власного майна та управління, утримання і використання неподільного та загального майна.

ОРГАН САМООРГАНІЗАЦІЇ НАСЕЛЕННЯ – це представницький орган, що створюється жителями, які на законних підставах проживають на території села, селища, міста або їх частин, для вирішення завдань. Орган самоорганізації населення є однією з форм участі членів територіальних громад сіл, селищ,

міст, районів у містах у вирішенні окремих питань місцевого значення. Органами самоорганізації населення є будинкові, вуличні, квартальні комітети, комітети мікрорайонів, комітети районів у містах, сільські, селищні комітети.

Останнім розділом класифікатора організаційно-правових форм господарювання (див. Додаток Д) є інші організаційно-правові форми.

Іншими організаційно-правовими формами є: фізична особа-підприємець, товарна біржа, фондова біржа, кредитна спілка, споживче товариство, спілка споживчих товариств, недержавний пенсійний фонд, інші організаційно-правові форми.

На рис. 10.8 представлена класифікація організаційно-правових форм, у яких можуть здійснювати підприємницьку діяльність інші організаційно-правові форми.

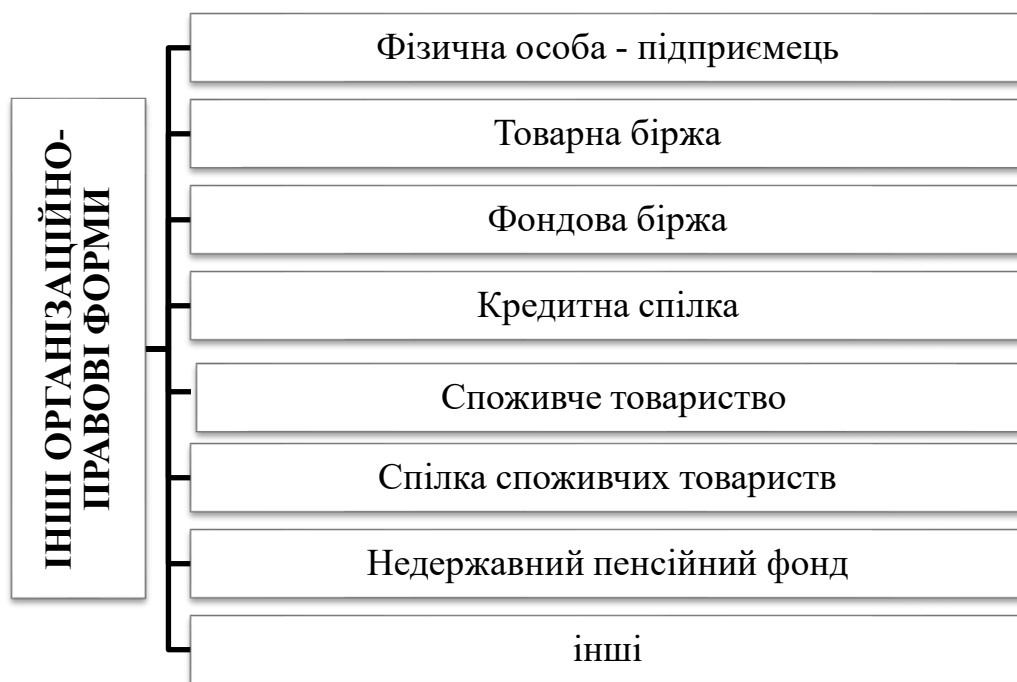


Рис. 10.8 – Класифікація організаційно-правових форм інших організаційно-правових форм

ФІЗИЧНА ОСОБА-ПІДПРИЄМЕЦЬ, яка є громадянином України, іноземним громадянином, особою без громадянства, що здійснює підприємницьку діяльність. Громадянин визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи. Громадянин-підприємець відповідає за своїми зобов'язаннями усім своїм майном, на яке відповідно до закону може бути звернено стягнення.

ТОВАРНА БІРЖА – це особливий суб'єкт господарювання, який надає послуги в укладанні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям. Товарна біржа є юридичною особою, діє на засадах самоврядування і господарської самостійності, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банку, печатку зі своїм

найменуванням. Товарна біржа створюється на основі добровільного об'єднання заінтересованих суб'єктів господарювання. Засновниками і членами товарної біржі не можуть бути органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також державні і комунальні підприємства, установи та організації, що повністю або частково утримуються за рахунок Державного бюджету України або місцевих бюджетів.

ФОНДОВА БІРЖА – це організаційно оформлений, постійно діючий ринок, на якому здійснюється торгівля цінними паперами. Фондова біржа – акціонерне товариство, яке зосереджує попит і пропозицію цінних паперів, сприяє формуванню їх біржового курсу та здійснює свою діяльність відповідно до статуту і правил фондової біржі. Фондова біржа набуває прав юридичної особи з дня її реєстрації Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку. Фондова біржа – організація, яка створюється без мети отримання прибутку та займається виключно організацією укладання угод купівлі та продажу цінних паперів та їх похідних. Вона не може здійснювати операції з цінними паперами від власного імені та за дорученням клієнтів, а також виконувати функції депозитарія.

КРЕДИТНА СПІЛКА – це неприбуткова організація, заснована фізичними особами, професійними спілками, їх об'єднаннями на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні, наданні фінансових послуг шляхом об'єднання грошових внесків членів кредитної спілки. Кредитна спілка є фінансовою установою, виключним видом діяльності якої є надання фінансових послуг.

СПОЖИВЧЕ ТОВАРИСТВО (СПІЛКА) – це самоврядна організація громадян, які на основі добровільності членства, майнової участі та взаємодопомоги об'єднуються для спільної господарської діяльності з метою колективного організованого забезпечення своїх економічних і соціальних інтересів. Кожний член споживчого товариства має свою частку в його майні. Споживчі товариства можуть на добровільних засадах об'єднуватися в спілки, інші форми об'єднання, передбачені законом, єдину спілку споживчих товариств України та мають право вільного виходу з них.

НЕДЕРЖАВНИЙ ПЕНСІЙНИЙ ФОНД – це юридична особа, яка має статус неприбуткової організації (непідприємницького товариства), функціонує та провадить діяльність виключно з метою накопичення пенсійних внесків на користь учасників пенсійного фонду з подальшим управлінням пенсійними активами, а також здійснює виплати учасникам зазначеного фонду у визначеному законодавством порядку. Недержавні пенсійні фонди створюються на підставі рішення засновників та не мають на меті одержання прибутку для його подальшого розподілу між засновниками. Недержавне пенсійне забезпечення є для пенсійних фондів виключним видом діяльності. Проведення пенсійними фондами іншої діяльності, не передбаченої законодавством, забороняється.

У разі неможливості віднесення суб'єкта до будь-якої з визначених вище у класифікації організаційних форм застосовується позиція *інші (організаційно-правові форми)*.

10.2. Особливості основних організаційних форм підприємництва

Майбутній підприємець, організовуючи свій бізнес, стикається з важливим питанням: яку вибрати організаційно-правову форму?

Вибір організаційно-правової форми бізнесу відіграє істотну роль, оскільки:

- впливає на можливі види бізнесу;
- кожній формі бізнесу може відповідати своя можлива форма оподаткування;
- впливає на можливі масштаби виробництва продукції або надання послуг.

Розглянемо особливості основних організаційно-правових форм підприємництва. Кожна з цих форм має свої переваги й недоліки.

ФІЗИЧНА-ОСОБА ПІДПРИЄМЕЦЬ (далі – ФОП) – це така форма організації підприємництва, коли власність належить одній особі, яка одноосібно управляє виробництвом і власністю, привласнює увесь прибуток і несе особисту відповідальність за всі зобов'язання бізнесу.

ФОП має право:

- 1) створювати підприємницьку структуру;
- 2) купувати яке-небудь майно або майнові права;
- 3) використовувати майно інших осіб, якщо це передбачається договором;
- 4) наймати і звільняти працівників;
- 5) користуватися кредитом на певних умовах і відкривати рахунок у банку;
- 6) самостійно розподіляти прибуток від підприємницької діяльності, що залишився після сплати податків.

Переваги та недоліки діяльності фізичної особи-підприємця представлені у таблиці 10.2.

ЮРИДИЧНА ОСОБА – організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку.

Основні ознаки юридичної особи такі:

- наявність майна, відокремленого від майна (засновників) учасників;
- самостійна майнова відповідальність;
- право володіти, користуватися і розпоряджатися власністю;
- право здійснювати від свого імені господарські операції та ін.

Юридичні особи можуть бути зареєстровані в таких найбільш поширених формах:

- приватне підприємство;
- акціонерне товариство;
- товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ);
- товариство з додатковою відповідальністю (ТДО);

- командитне товариство;
- повне товариство.

ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО – це юридична особа, яка діє на основі приватної власності одного або декількох громадян, іноземців, осіб без громадянства і його (їх) праці або з використанням найманої праці (ст. 113 Господарського кодексу України). Приватним також є підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи. Відповідно до Класифікації організаційно-правових форм господарювання приватне підприємство визначено за кодом 120. На сьогодні спеціальний закон, який регулює порядок створення та діяльності приватних підприємств, відсутній, такі підприємства діють на загальних підставах відповідно до Цивільного та Господарського кодексів України.

Таблиця 10.2 – Переваги та недоліки діяльності фізичної особи-підприємця

Переваги діяльності ФОП	Недоліки діяльності ФОП
1. Реєстрація ФОП за місцем проживання з мінімальною кількістю документів для реєстрації. 2. У ФОП відсутні вимоги до наявності статутного капіталу, печатки, розрахункового рахунку. 3. ФОП може на свій розсуд розпоряджатися своїми доходами та прибутком (після сплати податків). 4. Наявність високоефективних стимулів до праці керуючись перевагою п.3. 5. ФОП має незначні витрати на організацію виробництва. 6. Підприємці можуть самостійно вести бухгалтерський облік. До ведення бухгалтерського обліку підприємця не висуваються серйозні законодавчі вимоги. 7. ФОП має повне право коли завгодно ліквідувати свою діяльність	1. ФОП має підвищену відповідальність за результати діяльності. 2. ФОП відповідає по зобов'язаннях не лише активами підприємства, але і своїм майном. 3. ФОП отримає незначні обсяги прибутку, отже, обмежені можливості розширення діяльності за рахунок власних коштів. 4. Для ФОП складніше отримати кредит. 5. Підприємець має велику тривалість робочого дня, висока інтенсивність праці. 6. Підприємець не може вибирати для свого бізнесу назву. За законодавством він повинен називатися за власним прізвищем. Відповідно у всіх договорах і документах він буде виступати від власного імені. Проте, законодавство дозволяє створити і використовувати бренд (торгове або фірмове найменування), яке ФОП буде асоціювати зі своєю продукцією. Для захисту від копіювання, бренд може бути захищений, якщо зареєструвати знак для товарів і послуг. 7. Законодавством передбачені види діяльності, які не може здійснювати ФОП (діяльність пов'язана з обігом наркотичних та інших засобів, з охороною окремих об'єктів, з виготовленням бензину, страхова діяльність, банківська діяльність, випуск і обіг цінних паперів, організація теле- і радіомовлення та інші). 8. ФОП повинні щомісяця сплачувати єдиний соціальний внесок «за себе» та за кожного найманого працівника.

Основні риси приватного підприємства представлені у Додатку Е.

Переваги приватного підприємства такі:

1. Засновники приватного підприємства самостійно визначають принципи і механізми управління.

2. Засновники приватного підприємства несуть відповідальність за зобов'язання підприємства лише в межах своїх вкладів.

3. В законодавстві відсутній мінімум для формування статутного капіталу приватного підприємства.

4. У підприємницькій діяльності приватного підприємства можна використовувати найманих працівників, а можна і функціонувати без них.

5. Власник приватного самостійно керує підприємством, що дає можливість оперативно реагувати на зовнішні чинники.

Основний недолік діяльності приватного підприємства пов'язаний з тим, що відсутній окремий закон, який би регулював діяльність приватного підприємства, тому засновники приватного підприємства вимушені керуватися загальними положеннями Цивільного та Господарського кодексів. Таким чином, виникає багато спірних питань на практиці (наприклад, порядок створення та діяльності органів управління, створення статуту, приєднання нових членів, виплата дивідендів тощо). Тому потрібно детально такі моменти прописувати в статуті підприємства.

АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО. Закон України «Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 р. № 514-VI (редакція від 23.05.2020 р.) визначає порядок створення, діяльності, припинення, виділення акціонерних товариств, їх правовий статус, права та обов'язки акціонерів.

Акціонерне товариство (з економічного боку) – підприємство, що об'єднує певну кількість фізичних або юридичних осіб, які формують свій капітал шляхом випуску і продажу цінних паперів, передусім акцій, для отримання прибутку.

Акціонерне товариство (з правового погляду) – господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства, а акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, в межах вартості належних їм акцій, крім випадків, визначених законом.

Акціонерні товариства бувають публічними і приватними. **Публічне акціонерне товариство** (ПАТ) може здійснювати публічне і приватне розміщення акцій і мати необмежену кількість акціонерів. **Приватне акціонерне товариство** може здійснювати тільки приватне розміщення акцій і мати не більше ста учасників. Тип акціонерного товариства зазначається у статуті акціонерного товариства.

Основні риси акціонерного товариства представлені у Додатку Е.

Акціонерні товариства мають низку переваг порівняно з іншими видами господарських товариств, що робить їх однією з привабливіших організаційно-правових форм для великого бізнесу.

Акціонерні товариства мають такі основні **переваги**.

1. Здатність акціонерного товариства притягати додаткові інвестиції шляхом випуску акцій (зручний спосіб залучення інвестицій). Значні фінансові можливості.

Акціонерне товариство є найефективнішою формою організації підприємницької діяльності з огляду на реальну можливість залучення необхідних інвестицій, при цьому створюються умови об'єднання різних за розмірами капіталів великої кількості фізичних і юридичних осіб для нарощування виробничого потенціалу.

2. Обмежена відповідальність учасників акціонерного товариства. Кожний акціонер несе майнову відповідальність тільки в межах вартості своїх акцій. Крім того, кредитори можуть висунути претензії тільки акціонерному товариству як юридичній особі, а не кожному власнику окремо.

3. Акціонерні товариства мають можливість диверсифікації фінансового ризику для акціонера. Акціонер може бути власником акцій одночасно декількох акціонерних товариств.

4. Можливість легкої зміни власника акцій. Зміна власника акцій здійснюється шляхом їх продажу через фондову біржу або іншим способом у межах чинного законодавства, що не порушує цілісності акціонерного товариства.

5. Діяльність акціонерного товариства дозволяє отримувати сталий зростаючий прибуток завдяки постійному збільшенню обсягів виробництва.

6. Дуже тривалий період функціонування акціонерного товариства, що створює необмежені можливості для розвитку акціонерного товариства.

Проте в процесі здійснення фінансово-господарської діяльності доцільно враховувати й **певні недоліки**, притаманні акціонерній формі господарювання.

1. Під час реєстрації акціонерного товариства виникають великі первинні витрати грошових коштів, які пов'язані з витратами на юридичні послуги, підготовку реєстраційних документів, випуск акцій тощо.

2. Діяльність акціонерного товариства має подвійне оподаткування: оподатковується спочатку прибуток, а потім дивіденди акціонерів.

3. У діяльності акціонерного товариства виникають розбіжності між функціями власності і контролю, що провокує виникнення конфліктів між акціонерами товариства і менеджерами, що негативно впливає на гнучкість управління.

4. Труднощі ліквідації акціонерного товариства пов'язані з існуванням принципу обмеженої відповідальності (найчастіше акціонерне товариство припиняє своє існування в результаті злиття або поглинання іншими суб'єктами господарювання).

5. При функціонування акціонерного товариства виникають потенційні можливості для зловживань посадових осіб. У руках окремих осіб акціонерного товариства зосереджується величезний капітал, що за відсутності належного законодавства і контролю з боку акціонерів, може призвести до зловживання і некомпетентності його використання.

6. Власники акціонерного товариства, що мають понад 60% акцій, можуть особисто проводити збори акціонерів або ігнорувати ініціативи інших акціонерів.

7. Акціонери, що мають великий відсоток акцій, залишають за собою право вирішувати питання в ущерб інтересів дрібних акціонерів; відсутня чітка регламентація захисту прав дрібних акціонерів у випадку банкрутства або ліквідації товариства.

8. Для обігу (торгівлі) всіх цінних паперів на ринку акціонерне товариство, що здійснює операції з цінними паперами, мусить мати ліцензію та бути зареєстрованим як фінансова установа згідно із законодавством з цих питань.

Ураховуючи останні дослідження в галузі функціонування акціонерної форми організації господарювання, вітчизняну та зарубіжну практику, можна стверджувати, що акціонерне товариство може стати оптимальною формою господарювання (особливо в промисловості) і тим механізмом, який має резервні можливості підняти мотивацію людини до праці, так і ефективність функціонування підприємства. Акціонування, як засіб максимальної мобілізації ресурсів і стимулів підвищення ефективності господарювання, може стати одним із головних кроків на шляху до становлення соціально орієнтованої ринкової економіки.

ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ. 6 лютого 2018 року Верховна Рада України ухвалила Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» № 2275-VIII (редакція 16.07.2020 р.), який покликаний забезпечити належне правове регулювання діяльності найбільш популярної організаційної форми ведення бізнесу в Україні – товариства з обмеженою відповідальністю (далі – ТОВ).

Значна частина малих та середніх підприємств, інноваційних технологічних проєктів, виробничих та сервісних компаній діють саме у формі ТОВ.

Ухвалений Закон має на меті створити гнучкі та цивілізовані умови для діяльності ТОВ, запровадити в українській правовій системі визнані міжнародною практикою інструменти корпоративного управління, надати учасникам більше можливостей для реалізації своїх корпоративних прав та вирішення спільних питань розвитку бізнесу. Закон містить велику кількість достатньо прогресивних норм, належна імплементація яких дозволить значно покращити інвестиційну привабливість України та наблизити вітчизняні умови ведення бізнесу до європейських.

Товариство з обмеженою відповідальністю – господарське товариство, суб'єкт господарювання засноване одним або декількома особами, статутний капітал якого розділений на частки, розмір яких встановлюється статутом товариства.

Основні риси товариства з обмеженою відповідальністю представлені у Додатку Е.

Переваги діяльності ТОВ:

1. Обмежена відповідальність учасників ТОВ. Учасники ТОВ не несуть особистої матеріальної відповідальності, відповідаючи за зобов'язаннями лише частками у статутному капіталі.

2. ТОВ немає обмежень на види діяльності якщо вони дозволені законодавством, обрати можна будь-який із них (однак, може знадобитися ліцензія).

3. Зареєструвати ТОВ може: юридична або фізична особа, громадянин України або інших держав.

4. З боку законодавства не обмежений розмір статутного капіталу ТОВ. Статутний капітал ТОВ може бути грошовим, майновим, змішаним.

5. Необмежена кількість учасників ТОВ. Учасниками ТОВ можуть виступати одна або декілька осіб. Іноземні юридичні і фізичні особи можуть бути засновниками ТОВ.

6. У процесі формування ТОВ можуть брати участь інші юридичні особи.

7. При функціонування ТОВ можна використовувати спрощену систему оподаткування.

8. У разі необхідності ТОВ можна продати як готовий бізнес.

9. Можна вибрати будь-яку назву для ТОВ, зокрема й іноземну.

10. Довіра до ТОВ сторонніх підприємств і банків набагато вища, ніж, наприклад, до ФОП.

11. Мінімальний фінансовий ризик для учасників, оскільки в ТОВ захищені майнові права.

12. ТОВ мають можливість розширення своєї діяльності і залучення інвестицій.

13. ТОВ можуть брати участь в інших господарських товариствах.

14. Система управління ТОВ проста. Головним органом визнаються загальні збори засновників.

15. Організаційно-правова форма ТОВ добре законодавчо врегульована.

Недоліки ТОВ:

1. Будь-яка зміна складу членів ТОВ, пропорцій їхніх часток у статутному капіталі або управлінської структури передбачає обов'язкове внесення змін у пакет установчих документів товариства.

2. Складна ліквідація ТОВ.

3. При створенні ТОВ необхідно вивчити об'єктивну інформацію про його особливості з тим, щоб максимально використати його переваги і зменшити вплив можливих недоліків.

4. Недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів партнерів ТОВ можуть спричинити малоефективну діяльність, а колективний менеджмент — негнучке управління товариством.

5. Якщо в ТОВ кілька засновників, то вони можуть не домовитися про виплату дивідендів, бо вивід коштів може негативно позначитися на платоспроможності ТОВ. Відповідно потрібна згода більшості учасників стосовно факту виплати дивідендів і розмірів суми, котра пропорційно розподіляється між засновниками.

ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ (далі — ТДВ) — це господарське товариство, засноване одним або декількома особами,

статутний капітал якого розділений на частки, розмір яких визначений статутом.

Основні риси товариства з додатковою відповідальністю представлені у Додатку Е.

Переваги товариства з додатковою відповідальністю.

1.ТДВ має можливість швидкого акумулювання значних грошових коштів.

2. ТДВ може бути створене однією особою.

3. Додаткова відповідальність установлюється для підвищення довіри до товариства, оскільки його учасники зацікавлені не тільки в успішній діяльності товариства, а й у збереженні власного майна. Наявність додаткової відповідальності підвищує довіру до ТДВ з боку кредиторів та інших партнерів.

Єдиним і суттєвим **недоліком** товариства є додаткова відповідальність його учасників, тобто останні відповідають за зобов'язаннями товариства своїми внесками до статутного фонду, а при їх нестачі – додатково власним майном в однаковому (пропорційному внеску кожного учасника) розмірі для всіх учасників.

ПОВНЕ ТОВАРИСТВО (далі – ПТ). Повним є господарське товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність по його зобов'язаннях усім майном, яке їм належить.

Основні риси повного товариства представлені у Додатку Е.

Переваги та недоліки повного товариства представлені у таблиці 10.3.

Таблиця 10.3 – Переваги та недоліки повного товариства

Переваги діяльності повного товариства	Недоліки діяльності повного товариства
1. Швидка акумуляція значних коштів. 2. ПТ має привабливість для кредиторів, тому що несе необмежену відповідальність за зобов'язаннями товариства. 3. Кожен учасник ПТ має право займатися підприємницькою діяльністю від імені товариства. 4. Відсутність з боку законодавства вимог до формування статутного капіталу ПТ. 5. Прибуток та збитки ПТ розподіляються між його учасниками пропорційно їхнім внескам. 6. Учасник ПО, яке створене на невизначений термін, може в будь-який момент вийти з товариства, заявивши про це не пізніше, ніж за 3 місяці. 7. Управління справами повного товариства здійснюється зі спільної згоди всіх учасників. 8. Учасник повного товариства може передати (продати) свою частку або її частину в статутному фонді іншим учасникам цього товариства або третім особам, але лише за згодою всіх інших учасників.	1. Успішна діяльність можлива тільки за наявності повної довіри між її членами повного товариства. 2. Кількість учасників ПТ не може складатися з одного члена; одна особа може засновником лише одного ПТ. 3. Кожен учасник ПТ несе солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства. Тобто невдала підприємницька діяльність одного з членів може призвести до банкрутства, при якому кожний учасник товариства відповідатиме не тільки особистим внеском, а й усім своїм майном. 4. Засновниками ПТ можуть бути лише особи, зареєстровані як ФОП. 5. Учасник ПТ відповідає по боргам товариства незалежно від того, чи виникли ці борги до чи після його вступу до товариства.

КОМАНДИТНЕ ТОВАРИСТВО (далі – КТ) – це господарське товариство, у якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність по зобов'язаннях товариства всім своїм майном (повними учасниками), є одних або декілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів і не беруть участі в діяльності товариства.

Основні риси командитного товариства представлені у Додатку Е.

Позитивні риси командитного товариства.

1. Більш ефективне управління КТ порівняно з іншими товариствами, оскільки рішення приймає обмежене коло осіб, тобто тільки учасники з повною відповідальністю. Тому у КТ існує оперативність в ухваленні рішень.

2. КТ має привабливість для кредиторів, банки також надають перевагу при кредитуванні саме командитним товариствам.

3. КТ має можливість залучення додаткових вкладів.

4. При створенні КТ відсутні вимоги до формування статутного капіталу.

5. КТ діє тільки на підставі установчого договору.

6. Відповідальність вкладників обмежується їхньою часткою в майні товариства як і учасників товариства з обмеженою відповідальністю.

Можна відділити основні **недоліками** командитного товариства.

1. Існує регламентування чинним законодавством обмежувального співвідношення між внесками учасників з повною відповідальністю та учасників-вкладників. Сукупний розмір вкладів командитистів не повинен перевищувати 50% установчого капіталу КТ.

2. Існуюча необмежена відповідальність у КТ сприяє ризику втрати майна учасниками з повною відповідальністю.

3. У КТ триває особистий характер відносин і можливість виникнення конфліктів.

4. Назва КТ повинна містити імена (найменування) всіх повних учасників чи хоча б одного з повних учасників з наданням слів «і компанія».

5. Вкладники КТ не мають права втручатися в дії учасників з повною відповідальністю по управлінню справами командитного товариства.

Незважаючи на привабливість командитного товариства, в Україні воно не набуло значного поширення. У міжнародній практиці змішане (командитне) товариство називають також командитним. Учасники з повною відповідальністю – комплементарії, а вкладники – командитори. Командитне товариство складається як мінімум з одного комплементарія, який є керівником, і одного командитора. У США такі товариства (партнерства) почали створювати на початку XIX ст. Законодавчого оформлення цей процес набув лише на початку XX ст. В Англії закон про партнерства було затверджено у 1907, а в США – у 1916 році. Поширення командитних товариств зумовлено тим, що до участі в них можуть бути залучені всі бажаючі вкласти свій капітал, безпосередньо не беручи участі в управлінні, зокрема люди пенсійного віку або зайняті в інших формах бізнесу. Змішане (командитне)

товариство поширене в галузі інвестицій у нерухомість, нафто- та газодобувні, наукових дослідженнях, лізингу, фінансуванні кіно- та інших проектів.

КООПЕРАТИВ. Згідно зі статтями 1 і 2 Закону України «Про кооперацію» від 10 липня 2003 року № 1087-IV (редакція від 06.11.2014 р.) **кооператив** – це юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування.

Метою створення кооперації є задоволення економічних, соціальних та інших потреб членів кооперативних організацій на основі поєднання їх особистих та колективних інтересів, поділу між ними ризиків, витрат і доходів, розвитку їх самоорганізації, самоуправління та самоконтролю.

За характером діяльності розрізняють: виробничі; споживчі, обслуговуючі кооперативи; за напрямом діяльності: сільськогосподарські.

Господарська діяльність кооперативів повинна здійснюватися відповідно до вимог цього ГКУ, інших законодавчих актів.

Основні риси кооперативу представлені у Додатку Е.

Виробничий кооператив діє на основі статуту. Засновниками (членами) виробничого кооперативу можуть бути громадяни, іноземці та особи без громадянства. Чисельність членів виробничого кооперативу не може бути меншою, ніж три особи. Розподіл доходу між членами виробничого кооперативу здійснюється відповідно до їх трудової та майнової участі в діяльності кооперативу. Найменування виробничого кооперативу повинно містити слова «виробничий кооператив» або «кооперативне підприємство».

Головною особливістю таких кооперативів є те, що їхня діяльність спрямована на одержання прибутку, що і принципово відрізняє виробничі кооперативи від обслуговуючих та споживчих кооперативів, діяльність яких, головним чином, направлена на задоволення потреб та надання послуг своїм членам.

Можна виділити основні **переваги** виробничого кооперативу.

1. Порядок розподілу прибутку та майна матеріально зацікавлює кожного члена кооперативу більш сумлінно ставитися до своєї праці. Це пов'язано з тим, що прибуток виробничого кооперативу розподіляється між його членами не пропорційно їхнім паям, а у відповідності з їх трудовим внеском; у такому ж порядку розподіляється майно, що залишилося після ліквідації кооперативу та задоволення вимог його кредиторів.

2. Рівні права всіх членів в управлінні виробничим кооперативом, так як кожен з них має тільки один голос.

3. Виробничий кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями усім належним йому майном. Члени виробничого кооперативу несуть за зобов'язаннями кооперативу субсидіарну (додаткову) відповідальність своїм майном у розмірі, не меншому їх пайового внеску, якщо більший розмір відповідальності не передбачено законом або статутом кооперативу.

Виробничий кооператив не несе відповідальності за зобов'язаннями членів кооперативу.

Основним **недоліком** виробничого кооперативу є число членів в кооперативі має бути не менше трьох осіб, а це істотно обмежує можливості їх створення.

Обслуговуючий кооператив має право провадити будь-яку господарську діяльність, передбачену статутом і не заборонену законом. Особливістю даного виду кооперативу є те, що його члени поєднують в одній особі співвласника кооперативного підприємства та його клієнта. Це має важливе стимулююче значення, сприяє орієнтації інтересів учасників кооперативного підприємства, насамперед на пошук економічної вигоди у групових діях.

Споживчий кооператив діє в рамках ринкової системи, незалежно від держави, як форма взаємної допомоги, орієнтованої на надання якісних послуг, а не отримання прибутку. Споживчі кооперативи часто приймають форму магазинів, які належать покупцям і управляються ними, наприклад продовольчі кооперативи. Однак, є багато видів споживчих кооперативів, що працюють в таких сферах як охорона здоров'я, страхування, житло, комунальні послуги тощо.

Можна виділити основні **переваги** споживчого кооперативу.

1. Члени споживчого кооперативу не зобов'язані брати участь у праці.
2. Члени споживчого кооперативу не відповідають за боргами кооперативу, а покривають їх з внесків.
3. Одержаний від підприємницької діяльності прибуток розподіляється між членами кооперативу.
4. Стабільність торгових операцій, що пов'язано з надійністю учасників.; - розподіл прибутку між учасниками кооперативу; - керівництво обирається демократичним шляхом.

Основним **недоліком** споживчого кооперативу є те, що демократично обране керівництво може не володіти достатнім досвідом підприємництва, та існує ймовірність, що через пасивність рядових членів кооперативу керівництво кооперативу не буде обрано в повній відповідності із загальною думкою.

Сільськогосподарський кооператив (юридична особа) – це добровільне об'єднання громадян і юридичних осіб на основі відкритого членства, що окрім іншого займається переробкою продукції рослинництва та тваринництва, постачанням засобів виробництва членам цього кооперативу та наданням їм послуг з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. Сільськогосподарські кооперативи можуть користуватися правом реалізовувати товари та надавати послуги за цінами і тарифами, що встановлюються на договірних засадах, окремо для членів кооперативу та інших осіб. Сільськогосподарський кооператив здійснює свою діяльність на підставі статуту. Чисельність членів кооперативу не може бути меншою, ніж три особи. Законодавство передбачає можливість асоційованого членства в кооперативі. Асоційованими членами можуть бути особи, які визнають статут та зробили пайовий внесок у розвиток кооперативу. Сільськогосподарський кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями всім

належним йому майном. Члени кооперативу відповідають за зобов'язаннями кооперативу тільки в межах майнового внеску.

Сільськогосподарський виробничий кооператив створюється для спільного виробництва продукції сільського, рибного та лісового господарства. До складу такого кооперативу можуть входити лише фізичні особи

Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив здійснює обслуговування своїх членів – виробників сільськогосподарської продукції, не маючи на меті одержання прибутку, і такі кооперативи є неприбутковими організаціями. При цьому неприбутковість діяльності сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів визначається виходячи із сукупності таких ознак: кооператив надає послуги лише своїм членам; члени кооперативу несуть відповідальність за зобов'язаннями, взятими перед кооперативом щодо їх участі у господарській діяльності кооперативу; послуги надаються з метою зменшення витрат та/або збільшення доходів членів кооперативу. До складу такого кооперативу можуть входити як фізичні, так і юридичні особи.

Сільськогосподарський виробничий кооператив створюється фізичними особами, які здійснили вступний внесок у грошовій формі та майновий внесок у вигляді майна, грошей чи майнових прав. За бажанням член кооперативу може внести додатковий пай. Розмір вступних та майнових внесків членів виробничого кооперативу встановлюється статутом у рівному для всіх розмірі, розмір якого законодавством не визначено.

Основною **перевагою** сільськогосподарського кооперативу є те, що учасниками сільськогосподарського кооперативу можуть бути асоційовані члени, які не беруть участі в управлінні господарством і мають лише дорадчий голос на загальних зборах, що покращує ефективність управління підприємством.

Проте в цій формі підприємництва є свої **недоліки**.

1. Законодавство потребує здійснити вступні внески до сільськогосподарського кооперативу лише в грошовій формі, що може стати однією з перешкод при створенні та вступі в кооператив.

2. Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив не може набувати у власність продукцію, вироблену своїми членами, і може реалізовувати її виключно за договорами комісії. На практиці це позбавляє кооператив можливості формувати великі партії продукції і за рахунок масштабу збувати їх за вищою ціною. Крім того, це унеможливорює переробку кооперативом такої продукції і створення продукції з вищою доданою вартістю. Не будучи власником сільськогосподарської продукції, кооператив не може вступати у повноцінні відносини з трейдерами, переробниками, не має доступу до фінансових інструментів, у тому числі з використанням аграрних розписок.

3. Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив не має можливості сформувати власний капітал за рахунок пайових внесків своїх членів, а останні у свою чергу позбавлені можливості отримувати пайові виплати на внесені ними паї і повернути їх у разі виходу з кооперативу чи його ліквідації. Законодавством передбачено, що сільськогосподарські обслуговуючі кооперативи діють як неприбуткові організації. Такий статус передбачає цілий

ряд обмежень як на рівні кооперативного, так і особливо на рівні податкового законодавства.

4. Кожний член сільськогосподарського кооперативу має один голос незалежно від розміру внесків у створення майна підприємства. Це положення зменшує зацікавленість членів кооперативу до здійснення додаткових внесків у розвиток підприємства, оскільки здійснення таких внесків не збільшує їхні права в управлінні підприємством.

5. Частину майна підприємства, пропорційну вартості майнового внеску, член сільськогосподарського кооперативу може отримати лише в разі ліквідації кооперативу.

10.3. Критерії оцінки організаційно-правової форми підприємницької діяльності

Для будь-якого підприємця важливо визначитися з критеріями оцінки форм підприємницької діяльності.

Обираючи організаційно-правову форму ведення бізнесу необхідно звернути увагу не лише на законодавче регулювання, але й на інші чинники.

Основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності наведено на рис. 10.9.

Основними критеріями оцінки форм підприємницької діяльності є такі:

1. ФОП зазвичай вибирають люди, схильні одноосібно контролювати процес ухвалення рішень. Перевага цієї форми підприємницької діяльності – мінімальна регламентація з боку держави.

2. Товариство з необмеженою відповідальністю має багато в чому ті ж плюси, що і ФОП (мобільність, свобода, невтручання держави). Найбільше підходить ця форма підприємницької діяльності для організацій і невеликих підприємств.

3. Вибір командитного товариства, як форми організації бізнесу, найбільш пригнічує в тих випадках, коли перед засновниками стоїть завдання розділу фінансового контролю на підприємстві. Крім того, поява нових інвесторів не змінює форми командитного товариства, що пропонує розглядати цю організаційну форму як реальну можливість залучення додаткових фінансових ресурсів.

4. Вибір організаційної форми у вигляді товариства з обмеженою відповідальністю, дозволяє скоротити (обмежити) підприємницький ризик величиною внеску до статутного фонду.

Для організації товариства з обмеженою відповідальністю потрібний менший розмір капіталу, ніж для організації акціонерного товариства. Для такої форми підприємницької діяльності характерна простіша система звітності. Ця форма підприємницької діяльності прийнятна для підприємств середньої величини.

ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ

- Відношення підприємця до ризику втрати власного майна в разі невдачі підприємницької діяльності

СИТУАЦІЯ З ПОДАТКАМИ

- На скільки відрізняються суми податків, які виплачуються при організації бізнесу в різних формах

ФІНАНСОВІ НЕОБХІДНОСТІ ДЛЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ

- Як співвідносяться необхідні суми початкового фінансування бізнесу із сумою власних коштів підприємця

УПРАВЛІНСЬКІ ЯКОСТІ ПІДПРИЄМЦЯ

- Чи є достатніми і збалансованими знання й досвід підприємця відносно всіх функцій управління бізнесом

МОЖЛИВОСТІ ЗРОСТАННЯ

- Чи є метою створюваного бізнесу розширення його діяльності в майбутньому

Рис. 10.9 – Критерії вибору організаційно-правової форми бізнесу

5. Головною перевагою акціонерного товариства є можливість залучення додаткових коштів за допомогою випуску акцій. Перевага цієї форми – обмеження ризику вкладника величиною внеску до статутного фонду.

Ця форма підприємницької діяльності підходить для великих підприємств з довгостроковою метою в бізнесі.

6. Деякими видами діяльності можуть займатися тільки суб'єкти господарювання, створені в певних організаційно-правових формах, установлених законом, наприклад:

- 1) банки можуть створюватися тільки у формі публічного акціонерного товариства;
- 2) туроператори мають бути виключно юридичними особами;
- 3) страхові компанії створюються виключно у формі акціонерних товариств і повних товариств;
- 4) трасти створюються тільки як товариства з додатковою відповідальністю;
- 5) ломбарди створюються як повні товариства.

10.4. Види об'єднання підприємств

Об'єднання підприємств – це господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

Об'єднання підприємств утворюються підприємствами на добровільних засадах або за рішенням органів, які відповідно до ГКУ та інших законів мають право утворювати об'єднання підприємств. В об'єднання підприємств можуть входити підприємства, утворені за законодавством інших держав, а підприємства України можуть входити в об'єднання підприємств, утворені на території інших держав. Об'єднання підприємств утворюються на невизначений строк або як тимчасові об'єднання. Об'єднання підприємств є юридичною особою. Державна реєстрація об'єднання підприємств здійснюється відповідно до ст. 58 ГКУ.

Об'єднання підприємств як суб'єкт права має свої економічні, організаційні та юридичні ознаки, які відрізняють його від підприємства.

По-перше, підприємства консолідуються в групи-об'єднання на основі певних матеріальних (економічних) інтересів. Це об'єднання виробничої, науково-технічної, комерційної діяльності членів об'єднання, централізація управлінських, координаційних функцій тощо. Матеріальні інтереси як основа об'єднання визначаються засновниками в договорі або статуті як мета, завдання та функції об'єднання.

По-друге, об'єднання як суб'єкт господарського права має майно, юридично відособлене від майна членів об'єднання. Майном об'єднання є:

- 1) основні фонди і оборотні кошти, передані членами об'єднання на його баланс згідно з договором або статутом;
- 2) майно, придбане об'єднанням в результаті господарської діяльності;
- 3) майно створених об'єднанням підприємств.

Майно об'єднання є колективною (загальною або частковою) власністю, право на частку, в якому належить членам об'єднання. Майно членів об'єднання не входить до складу майна об'єднання.

По-третє, для об'єднання характерна централізація в руках об'єднання як суб'єкта права функцій і повноважень його членів. Склад функцій, які може централізувати об'єднання, визначають засновники у договорі або статуті без створення юридичної особи, подають заповнену реєстраційну картку та документ, що засвідчує сплату коштів за державну реєстрацію.

Четвертим ознакою об'єднання є особлива правосуб'єктність. Особливість обумовлена організаційною структурою об'єднання. Членами об'єднання підприємств можуть бути лише юридичні особи (підприємства, організації), кожне з яких при входженні до об'єднання зберігає права юридичної особи. Саме цим відрізняються об'єднання від підприємства, яке не має в своєму складі інших юридичних осіб.

З точки зору правосуб'єктності, об'єднання представляє сукупність самостійних суб'єктів права, спільні майнові права та інтереси яких реалізує об'єднання.

Види об'єднань підприємств представлені на рис. 10.9.

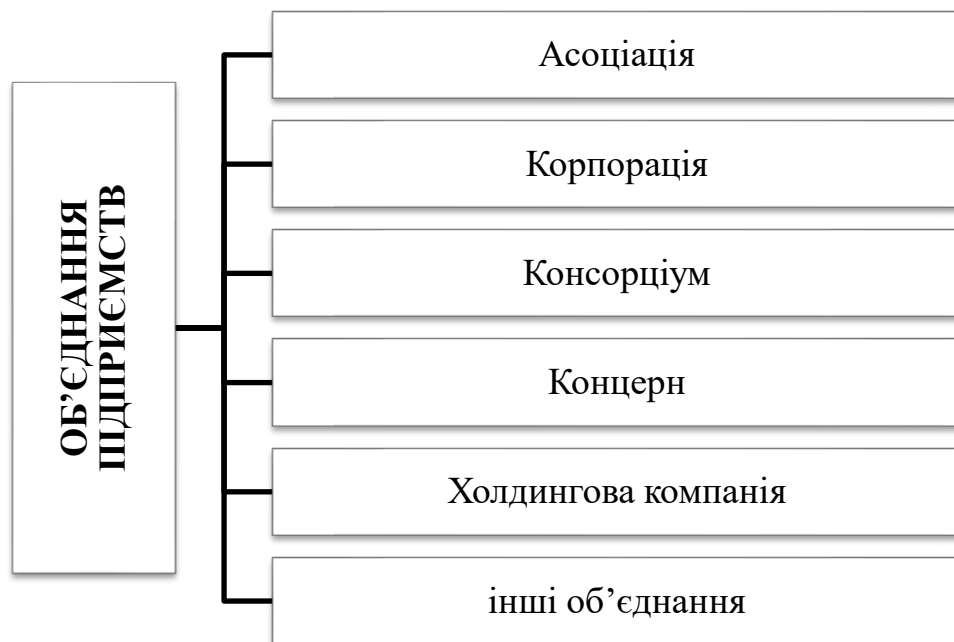


Рис. 10.9 – Організаційно-правові форми об'єднань підприємств

Матеріальним критерієм класифікації об'єднань на види є мета їх створення та діяльності.

Цілями створення об'єднання підприємств можуть бути:

- 1) досягнення загальних матеріальних та інших інтересів членів об'єднання;
- 2) координація діяльності підприємств;
- 3) централізоване виконання виробничо-господарських і управлінських функцій;
- 4) реалізація спільного інвестиційного проекту тощо.

Залежно від порядку заснування об'єднання підприємств можуть утворюватися як господарські об'єднання або як державні чи комунальні господарські об'єднання (ст.119 ГКУ).

Господарське об'єднання – об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність. Господарські об'єднання діють на основі установчого договору та/або статуту, який затверджується їх засновниками.

Господарські об'єднання утворюються як асоціації, корпорації, консорціуми, концерни, інші об'єднання підприємств.

Державне (комунальне) господарське об'єднання – об'єднання підприємств, утворене державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або, у визначених законом випадках, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять

підприємства, що утворюють об'єднання), або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування. Державне (комунальне) господарське об'єднання діє на основі рішення про його утворення та статуту, який затверджується органом, що прийняв рішення про утворення об'єднання.

Юридичним критерієм класифікації об'єднань на види є правовий режим членства учасників в об'єднаннях. За цим критерієм розрізняються договірні і статутні об'єднання.

Договірними об'єднаннями є асоціації та корпорації. До статутних належать концерни і консорціуми.

Договірні об'єднання відрізняються від статутних правовим режимом створення і функціонування. Засновниками цих об'єднань можуть бути підприємства всіх форм власності. Створюються дані об'єднання на добровільних засадах, тобто тут діє принцип добровільного членства. Підприємства можуть добровільно входити в дані об'єднання як їх засновники або члени, а також можуть вийти зі складу діючого договірної об'єднання на свій розсуд. Підприємства, які входять в об'єднання, можуть вийти з його складу із збереженням взаємних зобов'язань та укладених договорів з іншими підприємствами та організаціями.

Асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації. Асоціація не має права втручатися в господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Основні риси асоціації.

1. В Україні асоціація є організаційно-правовою формою об'єднань підприємств і є різновидом господарського об'єднання.

2. Засновниками асоціації можуть бути юридичні особи.

3. Кількість учасників асоціації – від 2.

4. Вимоги до статутного капіталу – відсутні.

5. Статутні документи – установчий договір.

6. Асоціація не здійснює підприємницької діяльності, здійснює лише управлінські функції.

В своїй діяльності асоціації повинні дотримуватися певних обмежень. У зв'язку з тим, що асоціація створюється як договірне особа і не є господарським товариством, вона не може здійснювати підприємницьку діяльність і отримувати прямі доходи. Крім цього, функції і повноваження асоціації виключають можливість обмежувати конкуренцію серед засновників та інших учасників ринку.

Управління в асоціації може здійснюватися як спеціально створеним органом, так і головною юридичною особою за погодженням з її членами. При

цьому створений орган управління асоціацією частково стає інформаційним і координуючим центром. Він забезпечує узгоджену діяльність за окремими видами і напрямками роботи.

7. Члени асоціації зберігають свою юридичну самостійність і можуть поєднувати свою діяльність в ній за участю в інших асоціаціях і господарських об'єднаннях. В рамках асоціації їх учасники координують виконання окремих загальних завдань або спільно здійснюють частину неосновних функцій.

8. Діяльність асоціацій в Україні регламентується Господарським кодексом України. Створення асоціації може потребувати попередньої згоди з боку Антимонопольного комітету України відповідно до Положення про концентрацію.

Корпорацією в Україні визнається договірне об'єднання, створене на основі поєднання виробничих, наукових і комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, з делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників органам управління корпорації.

Корпорація – найдосконаліша форма організації підприємств, яка існує переважно у вигляді акціонерного товариства, засновники якого формують акціонерний капітал шляхом об'єднання власних ресурсів за допомогою механізму випуску та продажу цінних паперів (насамперед акцій), а співвласники несуть обмежену відповідальність.

Основні риси корпорації.

1. Корпорація є організаційно-правовою формою об'єднань підприємств і є різновидом господарського об'єднання.

2. Засновниками корпорації можуть бути суб'єкти господарювання.

3. Кількість учасників корпорації – від 2.

4. Вимоги до статутного капіталу – відсутні.

5. Статутні документи – установчий договір.

6. Корпорація не здійснює комерційної діяльності, здійснює виключно регуляцію діяльності учасників.

7. Діяльність корпорацій в Україні регламентується Господарським кодексом України та іншими нормативно-правовими актами України. Створення корпорації може потребувати попереднє погодження з боку Антимонопольного комітету України.

8. Метою формування корпорації є консолідація виробничо-господарської діяльності підприємств, координація зусиль у вирішенні складних технічних, фінансових, соціально-економічних проблем, забезпеченні захисту спільних інтересів, кооперуванні у випуску продукції та ін.

9. Корпорація користується господарськими правами і правами юридичної особи, має самостійний баланс, рахунки в банківських і кредитних установах, печатку із своїм найменуванням та ін. Вона має власне майно, отримане від учасників, несе самостійну майнову відповідальність за своїми зобов'язаннями. Підприємства не відповідають за зобов'язаннями корпорацій, а корпорація – за зобов'язаннями своїх учасників, якщо інше не передбачено установчими документами.

Основними **позитивними сторонами** корпорацій є:

1) можливість збільшити джерела фінансування для розширення виробництва (за рахунок продажу цінних паперів), а, отже, отримати більший прибуток, частина якої (нерозподілений прибуток) йде на розширення обсягів виробництва;

2) можливість впроваджувати передові досягнення науки і техніки у виробництво, які передбачають зростання продуктивності праці і зниження собівартості товарів і послуг;

4) обмежена відповідальність акціонерів за зобов'язаннями корпорації, а, отже, відсутність відповідальності власним майном;

5) залучення до управління виробництвом професійних керівників (менеджерів), що сприяє вдосконаленню процесу вироблення управлінських рішень;

6) здійснення внутрішнього корпоративного планування на поточний та перспективний період (5-10 років), комплексне вивчення ринку, формування потреб споживачів і завдяки цьому отримання переваги над конкурентами.

Основними **недоліками** корпорацій є:

1) значне знецінення акцій корпорацій під час погіршення економічної кон'юнктури, в результаті чого дрібні акціонери можуть втратити їх;

2) недосконалий механізм оподаткування. В Україні оподатковуються і прибуток корпорацій, і прибуток на акції, що особливо несправедливо для дрібних акціонерів;

3) дрібні акціонери, в результаті їх великої чисельності, можуть перетворитися на формальних власників, які не можуть впливати на вибір керівництва, розподіл прибутку;

4) зосередження контрольного пакету акцій в руках небагатьох акціонерів і встановлення їх контролю над заощадженнями більшості дрібних акціонерів.

Корпорації є найбільш адекватною формою організації великих і середніх підприємств.

До статутних об'єднань відноситься концерн і консорціум.

Концерном визнається статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями. Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну.

Державні і комунальні господарські об'єднання утворюються переважно у формі корпорації або концерну, незалежно від найменування об'єднання (комбінат, трест тощо).

Концерни – це форма галузевих, а частіше, міжгалузевих самотійних підприємств, пов'язаних шляхом системи участі в капіталі, фінансових зв'язків,

угод спільності інтересів, патентно-ліцензійних угод, тісного виробничого співробітництва.

Основні риси концерну.

1. В Україні концерн є організаційно-правовою формою об'єднань підприємств і є різновидом господарського об'єднання.

2. Засновниками концерну можуть бути юридичні особи; одна особа може бути учасником лише одного концерну.

3. Кількість учасників концерну – від 2.

4. Вимоги до статутного капіталу – відсутні.

5. Статутні документи – статут.

6. Концерни не здійснюють підприємницьку діяльність, здійснюють лише представницькі функції учасників.

7. Діяльність концернів в Україні регламентується Господарським кодексом України. Створення концерну може потребувати попередньої згоди з боку Антимонопольного комітету України.

8. Це досить жорстка форма інтеграції компаній – створюється на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання.

Жорстка система зв'язків дозволяє узгодження між членами концерну додаткової майнової відповідальності за зобов'язаннями об'єднання в цілому. Високий ступінь централізації робить необхідним створення відокремленого апарату управління. Крім цього, концерн може централізувати будь-які функції управління, якщо це передбачено статутом.

9. Відбувається централізація функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності.

Концернам властива централізація значної частини виробничо-господарських функцій і здійснення всіма його учасниками єдиної політики в рамках концерну. Наслідком цього є наділення його широким колом повноважень по здійсненню виробничої діяльності, створення централізованих фінансових фондів, нових суб'єктів господарської діяльності в інтересах учасників концерну.

10. Учасники концерну наділяють його частиною своїх повноважень, у тому числі правом представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

11. Учасники концерну не можуть бути одночасно учасниками іншого концерну.

12. У концерні підприємства номінально залишаються самостійними юридичними особами у вигляді акціонерних чи інших господарських товариств, але фактично вони підпорядковані єдиному господарському керівнику.

Консорціум – тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з

інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Консорціум може створюватися для здійснення великого капіталоемного проекту або для загального розміщення позики. У міжнародній торгівлі консорціуми створюються для боротьби за отримання замовлень. У середині консорціуму ролі розподіляються так, щоб кожен учасник працював в тій сфері діяльності, де він досяг найвищого технічного рівня при найменших витратах виробництва.

Основні риси консорціуму.

1. Консорціум є організаційно-правовою формою об'єднань підприємств і є різновидом господарського об'єднання.

2. Засновниками консорціуму можуть бути тільки підприємства.

3. Кількість учасників – від 2.

4. Вимоги до статутного капіталу – відсутні.

5. Статутні документи – статут.

6. Консорціум підприємницьку діяльність здійснює в залежності від умов статуту.

7. Діяльність консорціумів в Україні регламентується Господарським кодексом України та іншими нормативно-правовими актами України. Створення консорціуму може потребувати попередньої згоди з боку Антимонопольного комітету України.

8. Створюється консорціуми для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо).

9. Консорціум використовує засоби, якими його наділяють учасники; централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми; а також кошти, які надходять з інших джерел, що визначено його статутом.

10. Підприємства консорціуму повністю зберігають свою економічну і юридичну самостійність за винятком тієї частини діяльності, пов'язаної з досягненням цілей консорціуму.

11. Підприємства можуть одночасно входити до складу декількох консорціумів.

12. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Холдингова компанія – публічне акціонерне товариство, яке володіє, користується, а також розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств (крім пакетів акцій, що перебувають у державній власності).

Діяльність холдингових компаній в Україні регламентується ГКУ та Законом України «Про холдингові компанії в Україні» від 15.03.2006 р. № 3528-IV (редакція від 01.01.2016 р.) та іншими нормативно-правовими актами.

У ст. 1 цього Закону є перелік визначень холдингових компаній.

1. Державна холдингова компанія – холдингова компанія, утворена у формі акціонерного товариства, не менш як 100 відсотків акцій якого належить державі.

2. Державна керуюча холдингова компанія – державна холдингова компанія, корпоративним підприємством якої може бути інша державна холдингова компанія чи господарське товариство, холдинговий корпоративний пакет акцій (часток, паїв) якого належить державі.

3. Холдингова компанія – акціонерне товариство, яке володіє, користується та розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств.

Основні риси холдингової компанії.

1. Засновниками холдингової компанії можуть бути тільки підприємства.

2. Кількість учасників – від 2.

3. Холдингова компанія – юридична особа, що є власниками інших юридичних осіб або здійснює контроль над такими юридичними особами.

4. Статутний капітал холдингової компанії формується за рахунок вкладів засновників у формі холдингових корпоративних пакетів акцій (часток, паїв), а також додаткових вкладів у формі майна, коштів та нематеріальних активів, необхідних для забезпечення діяльності холдингової компанії. Частка у формі майна, коштів та нематеріальних активів, необхідних для забезпечення діяльності холдингової компанії, не повинна перевищувати 20 відсотків статутного капіталу холдингової компанії.

5. Якщо корпоративне підприємство через дії або бездіяльність холдингової компанії виявиться неплатоспроможним та визнається банкрутом, то холдингова компанія несе субсидіарну відповідальність за зобов'язаннями корпоративного підприємства.

6. У разі якщо до порядку денного загальних зборів акціонерів холдингової компанії включено питання про відчуження будь-яких пакетів акцій (часток, паїв) корпоративних підприємств та/або ліквідацію холдингової компанії, такі загальні збори визнаються правомочними за умови реєстрації для участі у них акціонерів (їх представників), що мають відповідно до статуту холдингової компанії більш як 80 відсотків голосів.

7. Прийняття рішення про відчуження будь-яких пакетів акцій (часток, паїв) корпоративних підприємств або ліквідацію холдингової компанії належить до виключної компетенції загальних зборів холдингової компанії. Зазначені рішення приймаються більшістю у 3/4 голосів акціонерів (їх представників), які зареєструвалися для участі в загальних зборах, з урахуванням обмежень, встановлених цим Законом.

8. Господарське товариство не може мати у власності цінні папери холдингової компанії, корпоративним підприємством якої воно є.

9. До виключної компетенції загальних зборів холдингової компанії належить вирішення питань: формування єдиної фінансової, інвестиційної, виробничо-господарської та науково-технічної політики щодо корпоративних підприємств; визначення напрямів та порядку використання прибутку

корпоративних підприємств; затвердження планів виробничого та соціального розвитку корпоративних підприємств.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Організаційно-правова форма господарювання – це форма здійснення господарської (зокрема підприємницької) діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язаннях підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування діяльності тощо.

Фізична особа-підприємець – це форма організації підприємництва, коли власність належить одній особі, яка одноосібно управляє виробництвом і власністю, привласнює увесь прибуток, і несе особисту відповідальність за всі зобов'язання бізнесу.

Юридична особа – це підприємство, організація, установа, яка виступає єдиним самостійним носієм прав і зобов'язань. Основними ознаками, що властиві юридичним особам є: наявність майна, відокремленого від майна (засновників) учасників, самостійна майнова відповідальність; право володіти, користуватися і розпоряджатися власністю; право здійснювати від свого імені господарські операції тощо.

Підприємство – юридична особа, самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським Кодексом України (ГКУ) та іншими законами.

Підприємство – це відокремлена спеціалізована господарча одиниця, основою якої є професійно організований трудовий колектив, який за допомогою засобів виробництва, що є в його розпорядженні, виготовляє необхідну споживачу продукцію, виконує роботи, надає послуги.

Приватне підприємство – це підприємство що діє на основі приватної власності громадян або суб'єкта господарювання (юридичної особи).

Підприємство колективної власності – це підприємство, яке діє на основі колективної власності.

Комунальне підприємство – це підприємство що діє на основі комунальної власності територіальної громади.

Підприємство змішаної форми власності – це підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

Державне підприємство – це підприємство, яке діє на основі державної власності.

Спільне комунальне підприємство – це підприємство що діє на договірних засадах спільного фінансування (утримання) відповідними територіальними громадами – суб'єктами співробітництва.

Унітарне підприємство – це підприємство, що створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний фонд, не розділений на долі (паї), стверджує статут, розподіляє прибутки, безпосередньо або через призначеного їм керівника, керує підприємством і формує його трудовий колектив на принципах трудового найму, вирішує питання реорганізації і ліквідації підприємства.

Корпоративне підприємство – це підприємство що створюється двома або більше засновниками за їхнім спільним рішенням (договором), діє на основі об'єднання майна і/або підприємницької або трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, зокрема через органи, які ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі прибутків і ризиків підприємства.

Фермерське господарство – це форма підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства, відповідно до закону.

Казенне підприємство – це юридична особа, створена державою як єдиним засновником. Майно юридичної особи цього виду належить не самій особі, а засновнику, тобто державі. Розпорядження основними фондами казенного підприємства можливо лише з дозволу органу, уповноваженого управляти відповідним державним майном.

Господарське товариство – підприємства, організації та установи, створені юридичними або фізичними особами на основі об'єднання їх коштів і майна для здійснення підприємницької діяльності та отримання прибутку. Господарські товариства займаються підприємницькою діяльністю в усіх сферах економіки, за винятком обмежень, встановлених законодавством. Вони є власниками майна, переданого їм засновниками й учасниками, виробленої продукції, отриманих доходів від виробничої та комерційної діяльності, іншого майна і доходів, отриманих на законних підставах.

Акціонерне товариство – це господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями.

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) – це господарське товариство, засноване одним або декількома особами товариство, статутний капітал якого розділений на частки, розмір яких установлюється статутом. Учасники ТОВ не відповідають по його зобов'язаннях і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх вкладів. Учасники

товариства, які не повністю внесли вклади, несуть солідарну відповідальність по його зобов'язаннях у межах вартості невнесеної частини вкладу будь-якого з учасників.

Товариство з додатковою відповідальністю (ТДВ) – це господарське товариство, засноване одним або декількома особами, статутний капітал якого розділений на долі, розмір яких визначений статутом. Учасники ТДВ солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність по його зобов'язаннях своїм майном в розмірі, який устанавлюється статутом товариства і є однаково кратним для всіх учасників до вартості внесеного кожним учасником вкладу. У разі визнання банкрутом одного з учасників ТДВ його відповідальність за зобов'язаннями товариства розподіляється між іншими учасниками товариства пропорційно до розміру належних їм часток у статутному капіталі.

Повне товариство – це господарське товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договором здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність по його зобов'язаннях усім майном, яке їм належить.

Командитне товариство (КТ) – це господарське товариство, у якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність по зобов'язаннях товариства всім своїм майном (повними учасниками), є один або декілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах сум, зроблених ними вкладів і не беруть участі в діяльності товариства.

Кооператив – це юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування.

Організація (установа, заклад) – це організаційна структура, створена однією або кількома особами (засновниками), які не беруть участі в управлінні нею, шляхом об'єднання (виділення) їхнього майна для досягнення мети, визначеної засновниками, за рахунок цього майна.

Об'єднання підприємств – це господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

Товарна біржа – це особливий суб'єкт господарювання, який надає послуги в укладанні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям. Товарна біржа є юридичною особою, діє на засадах самоврядування і господарської самостійності, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банку, печатку зі своїм найменуванням. Товарна біржа створюється на основі добровільного об'єднання заінтересованих суб'єктів господарювання.

Господарське об'єднання – це об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах

об'єднали свою господарську діяльність. Господарські об'єднання діють на основі установчого договору та/або статуту, який затверджується їх засновниками.

Асоціація – це договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації.

Корпорація – це найдосконаліша форма організації підприємств, яка існує переважно у вигляді акціонерного товариства, засновники якого формують акціонерний капітал шляхом об'єднання власних ресурсів за допомогою механізму випуску та продажу цінних паперів (насамперед акцій), а співвласники несуть обмежену відповідальність.

Концерн – це статутне об'єднання підприємств, а також інших організацій, на основі їх фінансової залежності від одного або групи учасників об'єднання, з централізацією функцій науково-технічного і виробничого розвитку, інвестиційної, фінансової, зовнішньоекономічної та іншої діяльності.

Консорціум – це тимчасове статутне об'єднання підприємств для досягнення його учасниками певної спільної господарської мети (реалізації цільових програм, науково-технічних, будівельних проектів тощо). Консорціум використовує кошти, якими його наділяють учасники, централізовані ресурси, виділені на фінансування відповідної програми, а також кошти, що надходять з інших джерел, в порядку, визначеному його статутом. У разі досягнення мети його створення консорціум припиняє свою діяльність.

Холдингова компанія – це публічне акціонерне товариство, яке володіє, користується, а також розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств (крім пакетів акцій, що перебувають у державній власності).



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Що таке організаційно-правова форма?
2. Як класифікують підприємства:
 - залежно від форм власності;
 - залежно від способу формування статутного фонду;
 - залежно від кількості тих, що працюють?
3. Що таке «об'єднання осіб» і «об'єднання капіталів»?
4. Які існують організаційно-правові форми підприємницької діяльності?
5. У чому полягають переваги та недоліки фізичної особи-підприємця?
6. Які права має фізична особа-підприємець?

7. Які основні ознаки юридичної особи?
8. Що таке господарське товариство, і які види господарських товариств в Україні Ви знаєте?
9. Які переваги та недоліки акціонерного товариства?
10. Які переваги та недоліки товариства з обмеженою відповідальністю?
11. Які переваги та недоліки товариства з необмеженою відповідальністю?
12. Які переваги та недоліки повного та командитного товариств?
13. Які основні критерії вибору форми підприємницької діяльності?
14. Чим і чому відрізняється зміст засновницьких документів відповідно:
 - а) товариства з обмеженою відповідальністю;
 - б) товариства з додатковою відповідальністю;
 - в) повного товариства;
 - г) командитного товариства?
15. У чому Ви бачите різницю між товариством з обмеженою відповідальністю і приватним акціонерним товариством? У яких випадках доцільно створювати відповідний вид товариства?
16. У яких сферах діяльності підприємства найчастіше організовуються у формі товариства з обмеженою відповідальністю, командитного товариства, повного товариства? Поясніть.
17. Якою мірою акціонери реально контролюють діяльність акціонерного товариства?
18. Що є спільним між товариством з обмеженою відповідальністю і товариством з додатковою відповідальністю і чим вони відрізняються?
19. У яких випадках доцільно створювати командитне товариство?
20. За яких умов командитне товариство може бути перетворене в повне товариство?
21. У чому Ви бачите основні переваги акціонерного товариства порівняно з іншими видами господарських товариств?
22. Які види цінних паперів може випускати акціонерне товариство? Чим відрізняється акція від інших видів цінних паперів?
23. Чим відрізняється організаційна структура господарських товариств?
24. Чи існує найкраща форма організації підприємства для підприємств малого бізнесу? Поясніть.
25. У чому причина існування серед бізнесменів приказки: «Якщо Ви хочете посваритися з друзями, створіть із ними господарське товариство»? Поясніть.
26. Які основні критерії вибору організаційно-правової форми підприємницької діяльності?
27. Які основні ознаки мають об'єднання підприємств, які відрізняють його від підприємства?
28. Які основні цілі створення об'єднання підприємств?
29. За якими видами утворюються господарські об'єднання?
30. Чим відрізняються договірні об'єднання підприємств від статутних?
31. Чи має право асоціація втручатися в господарську діяльність підприємств – учасників асоціації?

32. Які основні риси діяльності має асоціація?
33. Якими законодавчими актами регламентується діяльність асоціацій в Україні?
34. Які основні риси діяльності має корпорація?
35. Які основні позитивні та негативні сторони діяльності корпорацій?
36. Які об'єднання підприємств відносяться до статутних об'єднань, а які до договірних?
37. Які основні риси діяльності концерну виділяють його серед інших видів об'єднання підприємств?
38. Чи можуть учасники концерну бути одночасно учасниками іншого концерну?
39. Які основні риси консорціуму?
40. Які основні риси діяльності холдингової компанії?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

*Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей*

1. Організаційно-правова форма підприємства – це:
 - а) система норм, яка визначає стосунки між партнерами по підприємству і стосунками цього підприємства з іншими підприємствами і ФОП;
 - б) установчий договір;
 - в) договір на поставку продукції;
 - г) контракт з найманими робітниками.
2. * Залежно від форми власності підприємства поділяються на:
 - а) приватне підприємство;
 - б) підприємства колективної власності;
 - в) унітарне підприємство;
 - г) мале підприємство.
3. Залежно від форми власності підприємство може бути:
 - а) державним підприємством;
 - б) унітарним підприємством;
 - в) корпоративним підприємством;
 - г) малим, великим та середнім підприємством.
4. * Залежно від способу формування статутного фонду підприємства поділяються на:
 - а) підприємства колективної власності;
 - б) комунальне підприємство;
 - в) унітарне підприємство;

г) корпоративне підприємство.

5. Залежно від балансової вартості активів, чистого прибутку та кількості працюючих за рік, підприємства поділяються на:

- а) комунальні підприємства;
- б) унітарні підприємства;
- в) корпоративні підприємства;
- г) мікро-, малі, великі та середні підприємства.

6. Підприємство яке має на дату складання річної фінансової звітності за рік такі показники, як: балансова вартість активів – до 350 тисяч євро; чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) – до 700 тисяч євро; середня кількість працівників – до 10 осіб, відноситься до:

- а) мікропідприємства;
- б) малого підприємства;
- в) середнього підприємства;
- г) великого підприємства.

7. Фізична особа-підприємець – це:

- а) форма організації підприємництва, коли власність належить одній особі, яка одноосібно управляє виробництвом;
- б) форма організації підприємництва, коли власність належить двом і більше особам;
- в) форма організації підприємництва, коли власність належить одній або двом особам;
- г) форма організації підприємництва, коли власність належить одній особі, яка не несе особисту відповідальність.

8. Господарське товариство, статутний капітал якого поділений на частки, розмір яких визначений установчими документами, а учасники товариства відповідають за його борги своїми внесками до статутного капіталу, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника, –це:

- а) акціонерне товариство;
- б) товариство з обмеженою відповідальністю;
- в) командитне товариство;
- г) товариство з додатковою відповідальністю.

9. Господарське товариство всі учасники якого, відповідно до укладеного між ними договору, здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, яке їм належить, – це:

- а) акціонерне товариство;
- б) повне товариство;
- г) товариство з обмеженою відповідальністю;

д) командитне товариство.

10. Господарське товариство, у якому один або декілька учасників здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть за його зобов'язаннями додаткову солідарну відповідальність усім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства, та які не беруть участь у діяльності товариства, – це:

- а) акціонерне товариство;
- б) повне товариство;
- в) товариство з обмеженою відповідальністю;
- г) командитне товариство.

11. Господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами; учасники несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства у межах своїх вкладів, – це:

- а) акціонерне товариство;
- б) повне товариство;
- в) товариство з обмеженою відповідальністю;
- г) товариство з додатковою відповідальністю.

12. Господарське товариство, що базується на статутному фонді, розділеному на певну кількість акцій однакової номінальної вартості, учасники якого несуть відповідальність по зобов'язанням тільки майном підприємства, – це:

- а) акціонерне товариство;
- б) повне товариство;
- в) товариство з обмеженою відповідальністю
- г) командитне товариство.

13. Статутний капітал акціонерного товариства складає загальну номінальну вартість випущених ним акцій і не може бути менше суми, яка еквівалентна:

- а) 1250 мінімальним заробітним платам;
- б) 1000 мінімальним заробітним платам;
- в) 250 мінімальним заробітним платам;
- г) 2000 мінімальним заробітним платам.

14. Однією з переваг акціонерного товариства є таке:

- а) акціонери не відповідають по зобов'язаннях товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у рамках вартості акцій, які йому належать;
- б) додаткові накладні витрати, які пов'язані з проведенням загальних зборів акціонерів;
- в) складання спеціальної звітності на вимогу державних органів;
- г) власники акцій, як правило, не мають відповідної кваліфікації для прийняття технічних рішень, за які необхідно голосувати.

15. Акція – це:

- а) цінний папір, що дає право її власнику на одержання дивіденду;
- б) цінний папір, борговий документ, що виражає зобов'язання сплати її власнику визначеної суми після певного терміну;
- в) письмове свідчення кредитної установи про депонування коштів, що підтверджує право власника на одержання депозиту і відсотків по внеску після закінчення терміну.

16. Проста акція – це цінний папір, що свідчить про частку її власника в капіталі товариства і надає йому право на одержання:

- а) перемінного, кількісного, не завжди виплаченого дивіденду;
- б) чітко фіксованого, обов'язкового, гарантованого відсотка;
- в) номінального купона.

17. У разі, якщо бізнесмен купить акції корпорації, то:

- а) він дає свої гроші в борг корпорації;
- б) він бере на себе відповідальність за борги корпорації;
- в) йому гарантовано повернення грошей, сплачених за акції;
- г) він одержить право на часткове володіння власністю корпорації.

18. Кількість учасників товариства з обмеженою відповідальністю повинна складати:

- а) до 10 осіб;
- б) 5 осіб;
- в) до 50 осіб;
- г) необмежена.

19. Установчим документом товариства з обмеженою відповідальністю є:

- а) статут;
- б) контракт на поставку продукції;
- в) договір з фінансовою установою;
- г) фонд дивідендів.

20. Мінімальний розмір статутного капіталу товариства з обмеженою відповідальністю визначений у розмірі:

- а) 1250 мінімальним заробітним платам;
- б) законодавчо не визначений;
- в) 1000 прожиткових мінімумів;
- г) 250 мінімальним заробітним платам.

21. Учасники товариства з обмеженою відповідальністю:

- а) відповідають по зобов'язанням товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх вкладів;

- б) не відповідають по його зобов'язаннях і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх вкладів;
- в) не відповідають по його зобов'язаннях і не несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства;
- г) відповідають по його зобов'язаннях, але не несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства.

22. *Учасник повного товариства:*

- а) відповідає по боргах товариства незалежно від того, виникли ці борги до або після його вступу в товариство;
- б) не відповідає по боргах товариства незалежно від того, виникли ці борги до або після його вступу в товариство;
- в) відповідає по боргах товариства, що виникли після його вступу в товариство;
- г) не відповідає по боргах товариства що, виникли після його вступу в товариство.

23. *Мінімальний розмір статутного капіталу командитного товариства визначений у розмірі, який еквівалентний:*

- а) 1100 прожиткових мінімумів;
- б) законодавчо не визначений;
- в) 1250 мінімальним заробітним платам;
- г) 250 мінімальним заробітним платам.

24. *Установчим документом командитного товариства є:*

- а) засновницький договір;
- б) загальне положення про установу;
- в) фінансовий договір;
- г) контракт на поставку продукції.

25. *Підприємство, яке створене в результаті акумуляції коштів великої кількості власників, – це:*

- а) орендне підприємство;
- б) повне товариство;
- в) акціонерне товариство;
- г) фізична особа-підприємець.

26. *Юридичний документ, в якому зафіксовані права та обов'язки сторін із створення, забезпечення функціонування та розподілу результатів діяльності нового суб'єкта господарювання, – це:*

- а) договір;
- б) протокол про наміри;
- в) кредитний договір;
- г) установчий договір.

27.* *Допишіть види підприємств залежно від форм власності:*

- а) приватне підприємство;
- б) підприємство колективної власності;
- в) комунальне підприємство;
- г) _____;
- д) _____.

28. *Залежно від засобу утворення статутного фонду підприємства поділяються на: (допишіть):*

- а) _____;
- б) _____.

29. *Твердження, що повне товариство – це господарське товариство, учасники якого формують статутний фонд зі своїх вкладів, займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть необмежену і спільну відповідальність за зобов'язання товариства:*

- а) правильне;
- б) неправильне.

30. *Твердження, що командитне товариство – вид змішаного товариства, у якому поєднуються риси товариств повного із обмеженою відповідальністю:*

- а) правильне;
- б) неправильне.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

Інженер Сидоренко М.В. винайшов оригінальну конструкцію нового кімнатного тренажера. Він планує його виготовляти і продавати. Для цього він вибрав організаційно-правову форму підприємництва – ФОП.

Питання до обговорення.

1. Чому він вибрав саме цю форму організації бізнесу?
2. Чи може на його підприємстві працювати інша особа?
3. Які особисті й господарські обставини можуть примусити його відмовитися від цієї форми організації бізнесу?

Завдання 2.

Ви хочете вступити в повне товариство, яке вже існує три роки, але не бажаєте відповідати по боргах товариства, які вже існують.

Питання до обговорення.

Чи достатньо для реалізації Вашого бажання отримати згоду на Ваші умови всіх учасників цього повного товариства?

Завдання 3.

Унаслідок дії однієї з учасників командитного товариства Ви, як повний його учасник, повинні погасити борг клієнтові, розміри якого перевищують Ваш внесок у статутній фонд.

Питання до обговорення.

Яким повинен бути план Ваших дій?

Завдання 4.

Пан Головка є повним учасником, а пан Левко – командитистом командитного товариства, що має назву «Командитне товариство Головка і Левко».

Питання до обговорення.

Визначите, чи є правомірною така назва цього товариства? Поясніть.

Завдання 5.

Громадянин Петренко О.Л. тривалий час працював начальником транспортного цеху одного з одеських підприємств. У 2017 році він купив два старі автомобілі УАЗ-3741 і заснував ФОП. Діяльність підприємства була в основному націлена на маловантажні перевезення за замовленням торгових організацій і населення в межах міста Одеси.

Бізнес виявився прибутковим. З часом громадянин Петренко О. Л. купив ще три автомобілі «Газель».

Вивчення ситуації з транспортними послугами в місті Чорноморськ показано, що Петренко О. Л. може і там відкрити аналогічне підприємство. На початку 2020 року Петренко О. Л. вирішив питання з орендою гаражного приміщення в місті Чорноморськ, зібрав необхідні засоби для придбання двох автомобілів «Газель». Тепер він зіткнувся з проблемою: чи необхідно йому змінювати організаційну форму свого бізнесу. Він просить Вашої допомоги.

Питання до обговорення.

1. Чи має право громадянин Петренко О. Л. бути власником двох ФОП відразу?

2. Чи може громадянин Петренко О. Л. створити господарське товариство? Якщо так, то що б Ви йому порадили?

3. Чи варто в цьому випадку створювати акціонерне товариство приватного типу?

4. Які інші варіанти вирішення цієї проблеми Ви б могли порадити?

Завдання 6.

Командитне товариство, що складається з одного повного учасника і трьох вкладників (вони мають рівні частки в статутному фонді) визнане банкрутом. Ліквідаційна комісія виявила, що борги командитного товариства на 450 тис. грн перевищують його майнову базу навіть після вжиття заходів до

стягнення кредиторської заборгованості. При цьому виявилось, що вкладники лише на 25% оплатили свої вклади до статутного фонду, розмір якого відповідно до установленого договору становить 36 тис. грн.

Питання до обговорення.

1. На підставі якого документу створюється і діє командитне товариство?
2. Ким здійснюється управління справами командитного товариства?
3. У якому співвідношенні повинен бути вклад вкладників в статутному капіталі?
4. Протягом якого періоду підлягає сплаті складений капітал учасниками командитного товариства?
5. Який розмір вкладів у статутному капіталі командитного товариства повного учасника і вкладників?
6. У якому розмірі кожний з учасників нестиме майнову відповідальність за борги командитного товариства?
7. Якою буде відповідальність вкладників – солідарною чи частковою?

Завдання 7.

Громадянин Шевчук А. Б. вирішив створити товариство з обмеженою відповідальністю. Державний реєстратор, до якого звернувся Шевчук А. Б. із необхідними документами, відмовила у реєстрації ТОВ, посилаючись на недостатність розміру статутного фонду, передбаченого статутом ТОВ.

Питання до обговорення.

1. Який розмір статутного капіталу ТОВ?
2. У який період кожен учасник ТОВ повинен повністю внести свій вклад?
3. Чи може виконавчий орган ТОВ скликати загальні збори учасників, які можуть прийняти рішення про виключення учасника ТОВ, який має заборгованість із внесення вкладу до статутного фонду протягом наданого додаткового строку?

Завдання 8.

Троє громадян вирішили створити господарське товариство, яке б характеризувалося:

- 1) можливістю залучення коштів інших осіб (не засновників) з метою створення значного за розміром капіталу;
- 2) незначним ризиком для учасників товариства у разі негараздів у його діяльності;
- 3) обмеженим рухом учасників;
- 4) незначним рівнем публічності діяльності товариства.

Питання до обговорення.

Якому виду господарських товариств відповідають представлені ознаки?

Завдання 9.

Для створення юридичної особи її учасники (засновники) розробляють установчі документи, які викладаються письмово і підписуються всіма

учасниками (засновниками), якщо законом не встановлений інший порядок їх затвердження. Установчим документом господарського товариства є затверджений учасниками статут або засновницький договір між учасниками, якщо інше не встановлено законом. Товариство, створене однією особою, діє на підставі статуту, затвердженого цією особою.

Питання до обговорення.

1. Обґрунтуйте об'єктивну необхідність засновницьких документів.
2. Яку роль відіграють засновницькі документи у створенні та функціонуванні юридичної особи?

Завдання 10.

Якою організаційно-правовою формою, на ваш погляд, має бути підприємництво, яке:

- 1) виробляє автомобілі;
- 2) ремонтує побутову техніку;
- 3) здійснює туроператорську діяльність;
- 4) надає послуги пошти;
- 5) виготовляє взуття чи одяг за індивідуальними замовленнями;
- 6) здійснює банківську діяльність;
- 7) здійснює страхову діяльність;
- 8) виробляє хлібобулочні вироби;
- 9) здійснює послуги з ремонту ювелірних виробів;
- 10) функціонує у вигляді ломбарду.

Завдання 11.

Громадянин Чумак Б. В. вирішив заснувати товариство з обмеженою відповідальністю. Зібравши всі документи, подає їх державному реєстратору. Але йому відмовили у прийнятті документів на підставі того, що офіційну назву ТОВ – «Інтернешнл Фуд Компані» утворено і подано не українською мовою.

Питання до обговорення.

1. Які вимоги до назви товариства висуває Закон України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю».
2. Що можна порадити засновнику у цій ситуації?

Завдання 12.

Заповніть таблицю відповідно до чинного законодавства.

Порівняльна характеристика господарських товариств

Вид товариства	Визначення	Установчі документи	Мінімальний розмір статутного фонду	Відповідальність учасників	Органи управління	Вихід з товариства	Передача частки учасником у складеному капіталі
1	2	3	4	5	6	7	8
Акціонерне товариство							
Публічне							
Приватне							
Товариство з обмеженою відповідальністю							
Товариство з додатковою відповідальністю							
Повне товариство							
Командитне товариство							

Завдання 13.

При відкритті бізнесу неодмінно виникає питання, яку ж організаційно-правову форму організації бізнесу вибрати. Найчастіше майбутній підприємець вибирає між тим, щоб зареєструвати ФОП або ж віддати перевагу юридичній особі (наприклад, товариству з обмеженою відповідальністю (або приватному підприємству)?

Сформувати таблицю, яка відображає переваги та недоліки ФОП у порівнянні з перевагами та недоліками ТОВ.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Основні види підприємств та їхні організаційні форми.
2. Фізична особа-підприємець. Переваги та недоліки.
3. Основні ознаки юридичної особи.
4. Переваги та недоліки акціонерного товариства.
5. Характеристика видів акціонерних товариств.
6. Види цінних паперів, які може випускати акціонерне товариство.
7. Структура управління акціонерного товариства.
8. Переваги та недоліки товариства з обмеженою відповідальністю.
9. Переваги та недоліки товариства з додатковою відповідальністю.
10. Переваги та недоліки повних та командитних товариств.

11. Структура та сутність установчих документів різних організаційно-правових форм підприємницької діяльності.
12. Критерії вибору форм підприємницької діяльності.
13. Фактори, які обумовлюють вибір конкретної організаційно-правової форми бізнесу.
14. Основні ознаки об'єднання підприємств.
15. Основні цілі та види об'єднання підприємств.
16. Мета створення та основні риси діяльності асоціації.
17. Мета створення та основні риси діяльності корпорації.
18. Мета створення та основні риси діяльності концерну.
19. Мета створення та основні риси діяльності консорціуму.
20. Мета створення та основні риси діяльності холдингової компанії.
21. Іноземний досвід створення об'єднань підприємств.
22. Характеристика особливостей корпорацій у США.
23. Поняття офшорної компанії. Можливості, які надаються підприємцям при організації офшорного бізнесу.
24. Особливості здійснення електронної комерції.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Господарський кодекс України від 19.02.2016 р. № 436-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Економіка та організація підприємницької діяльності: навч. посіб./ за заг. ред. д.е.н. Н.В. Сментини. Київ, 2019. 320 с.
3. Класифікація організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ST000948.html
4. Класифікація організаційно-правових форм господарювання. URL: <https://buhgalter.com.ua/dovidnik/kspovo/kopfg/>
5. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 р. № 514-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
6. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України від 5 жовтня 2017 р. № 2164-VIII (редакція від 27.02.2020 р.) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19#Text>
7. Про затвердження Положення про порядок подання заяв до Антимонопольного комітету України про попереднє отримання дозволу на концентрацію суб'єктів господарювання (Положення про концентрацію): Розпорядження Антимонопольного комітету України від 21 березня 2002 р. за № 284/6572. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-02#Text>

8. Про кооперацію: Закон України від 10.07.2003 року № 1087-IV (редакція від 06.11.2014 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1087-15#top>

9. Про судоустрій і статус суддів: Закон України від 02.06.2016 р. №1402-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19#Text>

10. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю: Закон України від 06.02.2018 р. № 2275-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text>

11. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 року, № 973-IV (редакція від 15.08.2018 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text>

12. Про холдингові компанії в Україні: Закон України від 15 березня 2006 р. № 3528-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3528-15#Text>

13. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

РІЗНОВИДИ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

- 11.1. Система оподаткування підприємств, її функції та призначення.
- 11.2. Особливості спрощеної системи оподаткування.
- 11.3. Особливості ведення бізнесу на загальній системі оподаткування.
- 11.4. Єдиний соціальний внесок: платники, розмір, ставки.
- 11.5. Вибір оптимальної системи оподаткування для бізнесу.

 **Основні поняття та терміни:** податкова система, суб'єкт оподаткування, об'єкт оподаткування, податкова політика, податок, збір, база оподаткування, ставка податку, базова ставка податку, гранична ставка податку, абсолютна ставка податку, відносна ставка податку, податковий період, загальнодержавні податки, місцеві податки, спрощена система оподаткування, єдиний податок, реєстратор розрахункових операцій, загальна система оподаткування, чистий дохід, єдиний соціальний внесок.

11.1. Система оподаткування підприємств, її функції та призначення

Для того, щоб почати бізнес в Україні, необхідно не тільки пройти процедуру державної реєстрації, але й стати на облік у місцевих відділеннях Державної податкової служби та на постійній основі сплачувати податки до державного бюджету.

Види податків, які бізнес повинен сплачувати на постійній основі до бюджету та інші питання, які пов'язані з особливостями оподаткування, регламентуються податковим законодавством.

Податкове законодавство України складається: з Конституції України; Податкового Кодексу України; Митного Кодексу України та інших законів з питань митної справи у частині регулювання правовідносин, що виникають у зв'язку з оподаткування митом операцій з переміщення товарів через митний кордон України; чинних міжнародних договорів, згода на обов'язковість яких надана Верховною Радою України і якими регулюються питання оподаткування; нормативно-правових актів, прийнятих на підставі та на виконання Податкового Кодексу.

Основним нормативно-правовим актом є Податковий Кодекс України (далі – ПКУ), що введений в дію з 1.01.2011 р. Він регулює відносини, що виникають у сфері сплачування податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що діють в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення

податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Відповідно до законодавства **податок** – це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, який стягується з платників податків; **збір (плата, внесок)** – обов'язковий платіж до відповідного бюджету, який стягується з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди.

Сукупність податків і податкових платежів, що діють в державі, утворює податкову систему.

Податкова система – сукупність податків, зборів, мита та інших обов'язкових платежів до бюджетів і внесків до державних цільових фондів, що стягуються на умовах, які визначаються законодавчими актами в державі; принципів, форм та методів їх визначення, зміни або скасування, а також сукупність дій, що забезпечують їх сплату, контроль та відповідальність за порушення податкового законодавства.

Податкова система держави включає: систему оподаткування; суб'єктів та об'єктів оподаткування та контролюючі органи (рис. 11.1).



Рис. 11.1 – Податкова система України

Система оподаткування включає:

по-перше, *сукупність податків і зборів* (обов'язкових платежів) до бюджетів різних рівнів та цільових фондів;

по друге, *спосіб оподаткування*, який обрав для себе суб'єкт господарювання (один чи декілька видів податків та зборів).

Усю сукупність податків та зборів класифікують за різними ознаками, зокрема за формою оподаткування; економічним змістом об'єкта оподаткування; рівнем державних структур (рис. 11.2).

За формою оподаткування всі податки/збори поділяються на *прямі і непрямі*.

До *прямих* податків/зборів належать податки/збори, що нараховуються пропорційно до отриманих доходів (прибутку) чи вартості майна.

До *непрямих* податків/зборів належать податки/збори, що тим чи іншим чином включаються в ціну продукції: податок на додану вартість (ПДВ), мито,

акцизний збір – вони відраховуються при формуванні показників чистого доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг). Зв'язок між платником податку (споживачем товару) і державою опосередкований – через об'єкт оподаткування. Розмір цих податків при постійних ставках залежить від кількості і вартості товарів (послуг), що купуються.

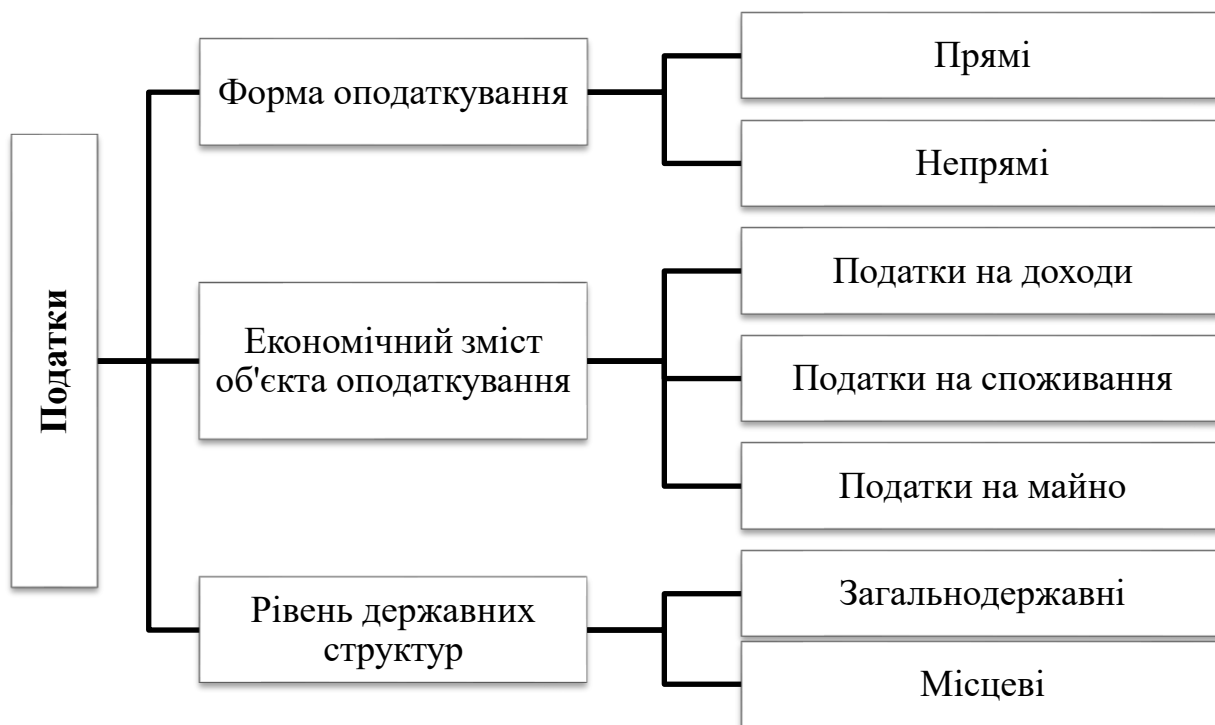


Рис. 11.2 – Класифікація податків та зборів

За економічним змістом об'єкта оподаткування податки/збори поділяються на: *податки на доходи*; *податки на споживання*; *податки на майно*.

Податки на доходи – це податки, що стягуються за встановленими ставками з доходів фізичних і юридичних осіб. До них належать: податок на прибуток, прибутковий податок з доходів громадян.

Податки на споживання – це податки, які стягуються з покупців та включаються в ціни на товари і послуги. До цих податків належать: податок на додану вартість, акцизний збір та мито.

Податок на майно – це податок, що встановлюється на конкретне майно юридичних і фізичних осіб.

За рівнем державних структур, які встановлюють податки, вони поділяються на *загальнодержавні* та *місцеві*.

До *загальнодержавних* податків/зборів відносяться податки і збори, які встановлені ПКУ і є обов'язковими до сплати на усій території України.

До *місцевих* податків/зборів відносяться податки і збори, які встановлені відповідно до переліку і у межах граничних розмірів ставок, рішеннями сільських, селищних і міських рад в межах їх повноважень, і є обов'язковими до сплати на території відповідних громад.

Види податків і зборів в Україні за рівнем державних структур, які їх встановлюють, наведено у таблиці 11.1.

Таблиця 11.1 – Податки і збори на території України

Загальнодержавні податки	Місцеві податки	Місцеві збори
1. Податок на прибуток підприємств. 2. Податок на доходи фізичних осіб (ПДФО). 3. Податок на додану вартість (ПДВ). 4. Акцизний податок. 5. Екологічний податок. 6. Рентна плата. 7. Мито.	1. Податок на майно. 2. Єдиний податок.	1. Збір за місця для паркування транспортних засобів. 2. Туристичний збір.

Крім того, в Україні запроваджено (тимчасово) військовий збір.

Другою складовою системи оподаткування є спосіб оподаткування, який обрав для себе суб'єкт господарювання. Системи оподаткування в Україні для господарюючих суб'єктів, як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців (далі – ФОП) представлені двома формами: загальною і спрощеною. Конкретні терміни про перехід з однієї системи до іншої системи оподаткування визначається діючим законодавством. Детальніше про способи оподаткування суб'єктів господарювання мова йтиме у наступних пунктах теми.

Під час встановлення податку, який бізнес повинен сплачувати на постійній основі до бюджету, обов'язково визначаються елементи, що представлені на рис. 11.3.



Рис. 11.3 – Елементи податку

Суб'єкти оподаткування – це ті, хто сплачує податки. Відповідно до законодавства платниками податку є:

- юридичні особи (резиденти і нерезиденти України) незалежно від України організаційно-правової форми;
- фізичні особи-підприємці (резиденти і нерезиденти України);
- звичайні громадяни.

Об'єктом вивчення у даному розділі навчального посібника є перші дві групи платників податку.

Платник податків зобов'язаний:

- стати на облік у контролюючих органах, у встановленому порядку;
- вести в установленому порядку облік доходів і витрат, складати звітність, що стосується обчислення і сплати податків та зборів;
- подавати до контролюючих органів декларації, звітність та інші документи, пов'язані з обчисленням і сплатою податків та зборів;
- сплачувати податки та збори в строки та у встановлених розмірах;
- виконувати вимоги органів державної податкової та митної служб щодо усунення виявлених порушень тощо.

Об'єкт оподаткування – майно, товари, дохід (прибуток) або його частина, обороти з реалізації товарів (робіт, послуг), операції з постачання товарів (робіт, послуг) та інші об'єкти, визначені податковим законодавством, з наявністю яких податкове законодавство пов'язує виникнення у платника податкового обов'язку.

База оподаткування – це конкретний фізичний, вартісний чи інший характерний вираз об'єкта оподаткування, до якого застосовується податкова ставка і який використовується для визначення розміру податкового зобов'язання. База оподаткування і порядок її визначення встановлюються ПКУ для кожного податку окремо.

Ставка податку – це розмір податкових нарахувань на (від) одиницю (одиниці) виміру бази оподаткування. Ставка податку існує у різних видах. У ПКУ (ст.26, 27,28) визначені: базова (основна) ставка податку; гранична ставка податку; абсолютна та відносна ставки податку.

Базова (основна) ставка податку – це ставка, що визначена для окремого податку. *Гранична ставка податку* – це ставка, що визнається як максимальний або мінімальний розмір ставки за певним податком. *Абсолютна (специфічна) ставка податку* – це ставка податку, згідно з якою розмір податкових нарахувань встановлюється як фіксована величина стосовно кожної одиниці виміру бази оподаткування. *Відносна (адвалорня) ставка податку* – це ставка податку, згідно з якою розмір податкових нарахувань встановлюється у відсотковому або кратному відношенні до одиниці вартісного виміру бази оподаткування.

Обчислення податку являє собою сукупність дій платника податків (податкового агента) або податкового органу з визначення суми податку, що підлягає сплаті до бюджетів або цільових фондів.

Податковий період – це період часу, з урахуванням якого відбувається обчислення та сплата окремих видів податків та зборів. Податковий період

може складатися з кількох звітних періодів. Базовий податковий (звітний) період – це період, за який платник податків зобов'язаний здійснювати розрахунки податків, подавати податкові декларації (звіти, розрахунки) та сплачувати до бюджету суми податків та зборів, крім випадків, передбачених ПКУ, коли контролюючий орган зобов'язаний самостійно визначити суму податкового зобов'язання платника податку.

Строк і порядок сплати. Строком сплати податку/збору визнається період, що розпочинається з моменту виникнення податкового обов'язку платника податку із сплати конкретного виду податку і завершується останнім днем строку, протягом якого такий податок чи збір повинен бути сплачений у порядку, визначеному податковим законодавством. Податок чи збір, що не був сплачений у визначений строк, вважається не сплаченим своєчасно.

Момент виникнення податкового обов'язку платника податків, у тому числі податкового агента, визначається календарною датою. Строк сплати податку/збору обчислюється роками, кварталами, місяцями, декадами, тижнями, днями або вказівкою на подію, що повинна настати або відбутися (ст.31 ПКУ).

Строк та порядок сплати податку/збору встановлюється відповідно до податкового законодавства для кожного податку окремо. Зміна платником податку, податковим агентом або представником платника податку чи контролюючим органом встановленого строку сплати податку/збору забороняється, крім випадків, передбачених ПКУ. Сплата податків/зборів здійснюється в грошовій формі у національній валюті України, в готівковій або безготівковій формі, крім випадків, передбачених ПКУ або законами з питань митної справи (ст.35 ПКУ).

Незважаючи на велику кількість існуючих податків і зборів, окремо взяте підприємство здійснює платежі в досить обмеженій кількості. Складність обліку і звітності багато в чому залежить від виду діяльності підприємства і його багатoproфільності, а головне, яку систему оподаткування вибрав суб'єкт господарської діяльності.

ПКУ визначає контролюючі органи та органи стягнення податків (ст. 41). Так, *контролюючими органами є:*

1) податкові органи (центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику, його територіальні органи) – щодо дотримання законодавства з питань оподаткування, законодавства з питань сплати єдиного внеску;

2) митні органи (центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну митну політику, його територіальні органи) – щодо дотримання законодавства з питань митної справи та оподаткування митом, акцизним податком, податком на додану вартість, іншими податками та зборами.

Фізичні особи-підприємці та особи, які мають намір провадити незалежну професійну діяльність – платники податків та зборів реєструються у контролюючих органах шляхом включення відомостей про них до Державного реєстру фізичних осіб – платників податків.

Загалом через податки, пільги і фінансові санкції, а також обов'язки і відповідальність платників податку, які виступають невід'ємною частиною системи оподаткування, держава ставить єдині вимоги до ефективного ведення господарства в країні. За оцінками фахівців, система оподаткування тим ефективніша, чим вона зручніша як для того, хто сплачує податки, так і для того, хто здійснює контрольні функції.

Податкова система в країні виконує певні функції.

1. *Фіскальна* функція – це створення стабільної дохідної бази бюджетної системи держави, достатньої для фінансування необхідних витрат, на базі росту виробництва і доходів в економіці. Фіскальна функція є основною у характеристиці сутності податків, вона визначає їхнє суспільне призначення. Податкові надходження мають бути постійними і стабільними й рівномірно розподілятися в регіональному розрізі.

2. *Регулююча* функція – це регулювання макроекономічних процесів, сукупного попиту та пропозиції, темпів зростання та зайнятості; свідомий вплив держави на ринкову економіку шляхом використання податків для маніпулювання видами податкових платежів і елементами оподаткування (податковими ставками, об'єктами, податковими пільгами) у відповідності до прийнятої концепції податкової політики.

3. *Контрольна* функція реалізується в ході оподаткування при регламентації державою фінансово-господарської діяльності підприємств і організацій, одержанні доходів громадянами, використанні ними майна. Також вона виконує контроль за правильністю обчислення та термінами сплати податків, а також самоконтроль з боку платників податків з метою зниження ризиків застосування податкових санкцій за порушення податкового законодавства.

Також виділяють додаткові функції податкової системи.

4. *Розподільна* функція являє собою своєрідне відображення фіскальної: наповнити бюджет, щоб потім розподілити отримані кошти. Але на стадії розподілу ця функція дуже тісно переплітається з регулюючою, і в одній дії можуть виявлятися обидві функції.

5. *Стимулююча* (дестимулююча) функція створює орієнтири для розвитку або згортання виробничої діяльності. Як і регулююча, вона може бути пов'язана із застосуванням механізму пільг, зміною об'єкта оподаткування, зменшенням оподатковуваної бази.

6. *Накопичувальна* функція (соціальна) являє собою своєрідне узагальнення всіх попередніх функцій.

Функції податкової системи представлені на рис. 11.3.

Податкове законодавство держави ґрунтується на принципах, які використовуються при формуванні державної податкової політики:

1) *загальність оподаткування* – кожна особа зобов'язана сплачувати податки та збори, платником яких вона є;

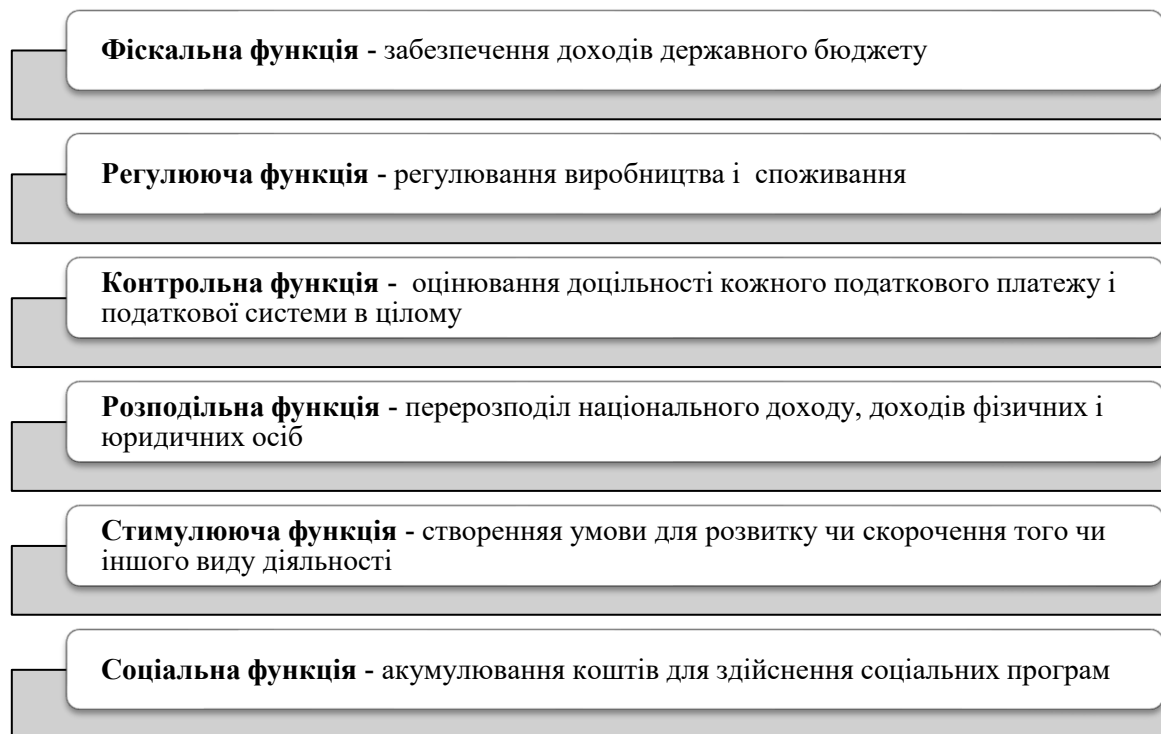


Рис. 11.3 – Функції податкової системи України

2) *рівність усіх платників перед законом, недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації* – недопущення будь-яких проявів податкової дискримінації – забезпечення однакового підходу до всіх платників податків незалежно від соціальної, расової, національної, релігійної приналежності, форми власності юридичної особи, громадянства фізичної особи, місця походження капіталу;

3) *невідворотність настання визначеної законом відповідальності* у разі порушення податкового законодавства;

4) *фіскальна достатність* – встановлення податків та зборів з урахуванням необхідності досягнення збалансованості витрат бюджету з його надходженнями;

5) *соціальна справедливість* – установа податків та зборів відповідно до платоспроможності платників податків;

6) *економічність оподаткування* – установа податків та зборів, обсяг надходжень від сплати яких до бюджету значно перевищує витрати на їх адміністрування;

7) *нейтральність оподаткування* – установа податків та зборів у спосіб, який не впливає на збільшення або зменшення конкурентоздатності платника податків;

8) *стабільність* – зміни до будь-яких елементів податків та зборів не можуть вноситися пізніше як за шість місяців до початку нового бюджетного періоду, в якому будуть діяти нові правила та ставки. Податки та збори, їх ставки, а також податкові пільги не можуть змінюватися протягом бюджетного року;

9) *рівномірність та зручність сплати* – установлення строків сплати податків та зборів, виходячи із необхідності забезпечення своєчасного надходження коштів до бюджетів для здійснення витрат бюджету та зручності їх сплати платниками;

10) *єдиний підхід до встановлення податків та зборів* – визначення на законодавчому рівні усіх обов'язкових елементів податку.

З метою усунення подвійного оподаткування доходу, отримані з джерел за межами України, та витрати, здійснені з метою отримання таких доходів, враховуються під час визначення його об'єкта та/або бази оподаткування. Суми податків та зборів, сплачені за межами України, зараховуються під час розрахунку податків та зборів в Україні.

Суб'єктам господарювання необхідно постійно стежити за змінами, що відбуваються, в податковому законодавстві, оскільки деякі з них, значно змінюють правила гри. Ігнорування моніторингу податкової політики держави може привести підприємця до фінансових втрат, через сплату неочікуваних штрафів, через невиконання яких-небудь нових вимог, або до упущень матеріальної вигоди, які можуть виникнути унаслідок запізнілих дій з оформлення пільг, можливій зміні системи оподаткування або який-небудь іншій причині.

11.2. Особливості спрощеної системи оподаткування

Юридична особа або фізична особа-підприємець самостійно обирає спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам, встановленим законодавством. Використання спрощеної системи оподаткування передбачає обов'язкове заповнення відповідної заяви про її застосування.

Спрощена система оподаткування, обліку і звітності – це особливий механізм (спеціальний податковий режим) стягнення податків і зборів, який встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку в порядку і на умовах, визначених ПКУ. Спрощена система оподаткування передбачає сплату єдиного податку.

Єдиний податок (далі – ЄП) – це податок, що сплачують суб'єкти підприємницької діяльності, які перебувають на спрощеній системі оподаткування, як основний підприємницький податок.

Єдиний податок визначається у відсотковому співвідношенні та залежить від групи платника ЄП.

Стаття 291 ПКУ передбачає чотири групи платників єдиного податку.

До **першої групи платників єдиного податку** віднесено фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або

провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 1 млн грн.

ФОП, який знаходиться на першій групі платника єдиного податку не може займатися оптовим продажем та наданням непобутових послуг.

Для першої групи платників єдиного податку, єдиний податок встановлюється у межах до 10% розміру прожиткового мінімуму.

Основні умови для суб'єктів господарювання першої групи платників єдиного податку представлені на рис. 11.4.

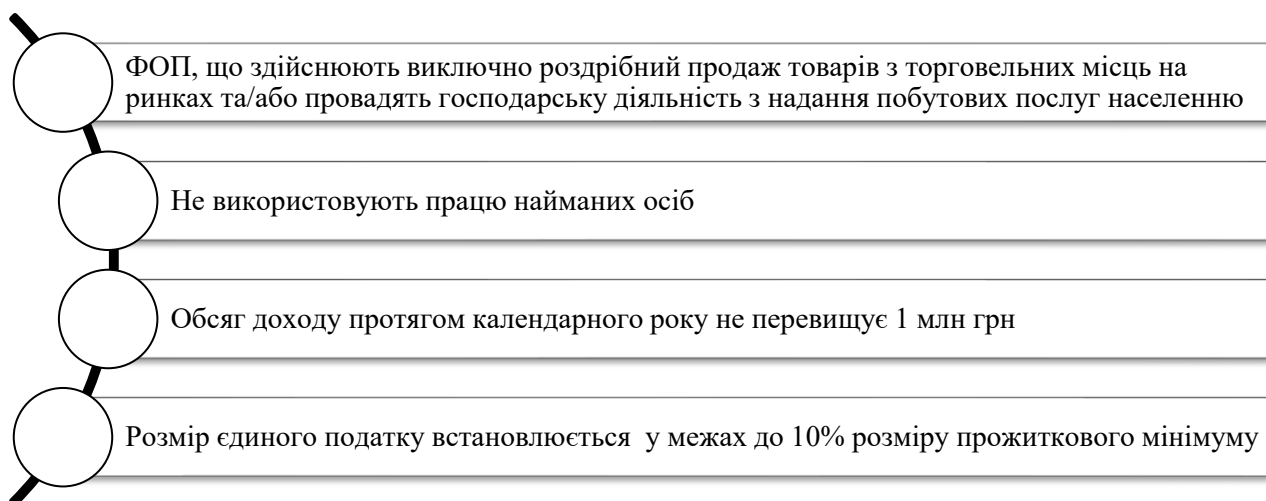


Рис. 11.4 – Основні умови для суб'єктів господарювання першої групи платників єдиного податку

До **другої групи платників єдиного податку** віднесено фізичні особи-підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства, за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;
- обсяг доходу не перевищує 5 млн грн.

Для другої групи платників єдиного податку, єдиний податок встановлюється у межах до 20% розміру мінімальної заробітної плати.

Основні умови для суб'єктів господарювання другої групи платників єдиного податку представлені на рис. 11.5.

ФОП, який знаходиться на другій групі не може надавати послуги неплатникам ЄП.

Також ФОП, що перебувають на єдиному податку першої і другої групи не можуть займатися:

- наданням посередницьких послуг з купівлі, продажу, оренди та оцінки нерухомого майна (група 70.31 КВЕД);
- діяльністю з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних і побутових виробів і дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, напівдорогоцінного каміння.

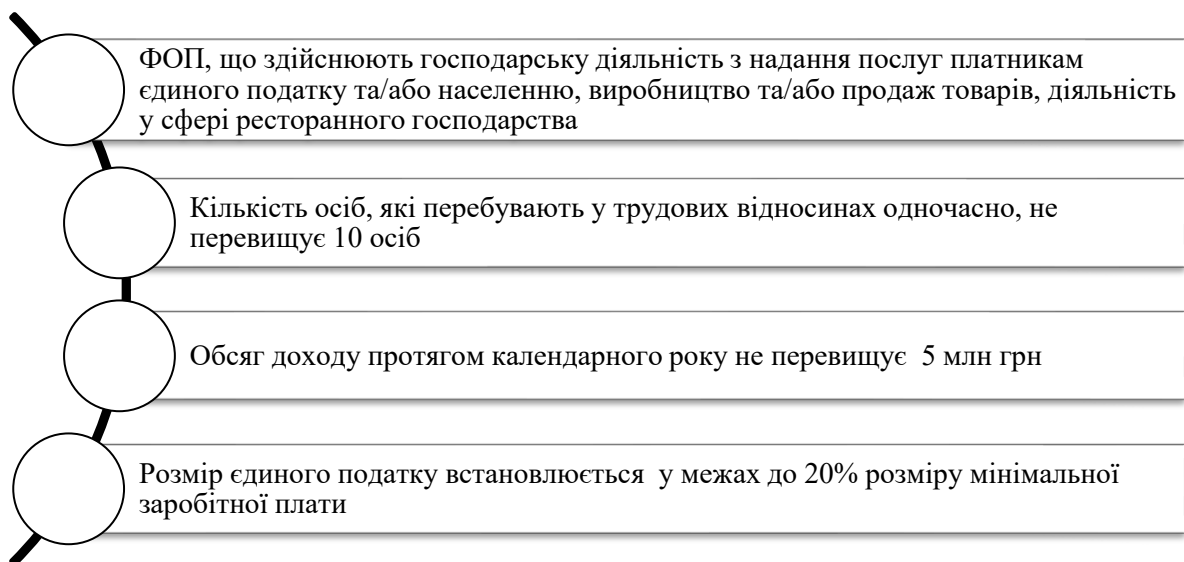


Рис. 11.5 – Основні умови для суб'єктів господарювання другої групи платників єдиного податку

У Додатку Ж подано список видів побутових послуг населенню, які можуть надаватися суб'єктами господарювання, що належать до першої і другої групи платників єдиного податку згідно діючого законодавства.

До **третьої групи платників єдиного податку** віднесено фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена та юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 7 млн грн.

Відсоткова ставка єдиного податку для платників третьої групи встановлюється у розмірі:

- 1) 3% доходу – у разі сплати податку на додану вартість згідно з ПКУ;
- 2) 5% доходу – у разі включення податку на додану вартість до складу єдиного податку.

Основні умови для суб'єктів господарювання третьої групи платників єдиного податку представлені на рис. 11.6.

Згідно Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо функціонування електронного кабінету та спрощення роботи фізичних осіб-підприємців» № 786-IX від 14.07.2020 року передбачено що:

1) фізичні особи-підприємці – платники єдиного податку першої і другої груп та платники єдиного податку третьої групи, які не є платниками ПДВ, матимуть право вести облік у довільній формі як у паперовому так і в електронному вигляді шляхом помісячного відображення отриманих доходів;

2) фізичні особи-підприємці – платники єдиного податку третьої групи, які є платниками ПДВ, зможуть вести облік у довільній формі як у паперовому так і в електронному вигляді шляхом помісячного відображення доходів та витрат.

3) з 1 січня 2021 року скасовано вимогу для платників єдиного податку щодо реєстрації Книги у податкових органах.

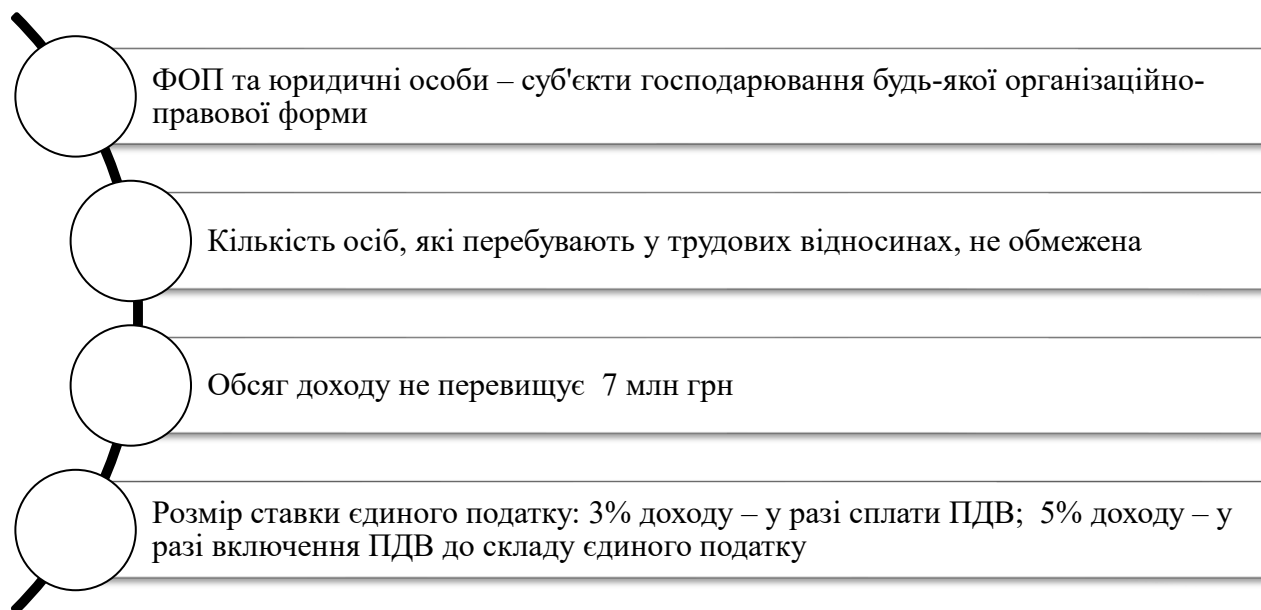


Рис. 11.6 – Основні умови для суб'єктів господарювання третьої групи платників єдиного податку

Юридична особа, яка знаходиться на третій групі не може мати у статутному капіталі сукупну частку, що належить юридичним особам, які не є платниками єдиного податку, 25 % чи більше.

ФОП, які перебувають на третій групі і які перевищили у звітному періоді обсяг доходу, визначений для таких платників (7 млн грн) зобов'язані перейти на загальну систему оподаткування.

До **четвертої групи платників єдиного податку** віднесені сільськогосподарські товаровиробники, у яких частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік дорівнює або перевищує 75 відсотків.

Спрощена система оподаткування – четверта група – це особлива група, де можуть перебувати тільки сільськогосподарські товаровиробники: юридичні особи і ФОП.

Сільськогосподарським товаровиробником (п. 14.1.235 ПКУ) вважається юридична особа незалежно від організаційно-правової форми, яка займається: виробництвом сільгосппродукції (групи 1-24 УКТ ЗЕД); розведенням, вирощуванням і виловом риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах); переробкою сільгосппродукції на власних чи орендованих потужностях, у тому числі з власновиробленої сировини на давальницьких умовах; постачанням такої власновиробленої продукції. Наприклад, на четвертій групі єдиного податку можуть перебувати фермерські господарства. Платники податку даної групи крім земельного податку також звільняються від рентної плати за спеціальне використання води.

Отже, для набуття (підтвердження) статусу платника єдиного податку четвертої групи сільськогосподарським товаровиробникам необхідно дотримуватись певних умов, а саме: мати у наявності земельні ділянки відповідного призначення; частка сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік не повинна бути меншою за 75 %; подати до контролюючих органів загальну та звітні декларації з додатками.

Основні умови для суб'єктів господарювання четвертої групи платників єдиного податку представлені на рис. 11.7.

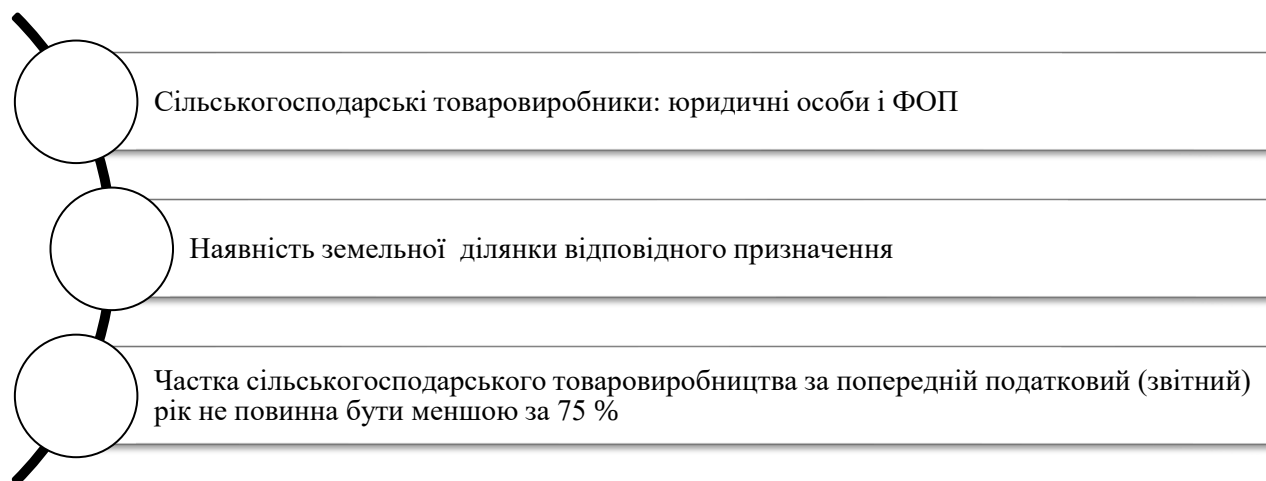


Рис. 11.7 – Основні умови для суб'єктів господарювання четвертої групи платників єдиного податку

Не можуть бути платниками єдиного податку четвертої групи (п. 291.5 1 ст. 291 ПКУ):

1) суб'єкти господарювання, у яких понад 50 % доходу, отриманого від продажу сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки, становить дохід від реалізації декоративних рослин (за винятком зрізаних квітів, вирощених на угіддях, які належать сільськогосподарському товаровиробнику на праві власності або надані йому в користування, та продуктів їх переробки), диких тварин і птахів, хутряних виробів і хутра (крім хутрової сировини);

2) суб'єкти господарювання, що провадять діяльність з виробництва підакцизних товарів, крім виноматеріалів виноградних, вироблених на підприємствах первинного виноробства для підприємств вторинного виноробства, які використовують такі виноматеріали для виробництва готової продукції;

3) суб'єкт господарювання, який станом на 1 січня базового (звітного) року має податковий борг, за винятком безнадійного податкового боргу, який виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин).

Суб'єкти господарювання, які не дотримались хоча б однієї із зазначених умов, не можуть обрати спрощену систему оподаткування.

Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи є площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних

насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського товаровиробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди.

Базою оподаткування податком для платників єдиного податку четвертої групи для сільськогосподарських товаровиробників є нормативна грошова оцінка одного гектара сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня базового податкового (звітного) року. Для платників єдиного податку четвертої групи розмір ставок податку з одного гектара сільськогосподарських угідь та/або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування та становить (у відсотках бази оподаткування):

- для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) – 0,95;

- для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях – 0,57;

- для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) – 0,57;

- для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях – 0,19;

- для земель водного фонду – 2,43;

- для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту – 6,33.

Слід зауважити, що платники єдиного податку четвертої групи можуть здійснювати не грошові розрахунки, це правило не поширюється, як було зазначено раніше, на платників інших груп (першої, другої та третьої груп) єдиного податку, які здійснюють виключно грошові розрахунки.

Узагальнююча порівняльна характеристика спрощеної системи оподаткування у розрізі чотирьох груп наведена у таблиці 11.2.

Детальний перелік видів діяльності, якими не можуть займатися підприємці-платники єдиного податку та обмеження для суб'єктів господарювання на спрощеній системі оподаткування представлені у Додатку К.

Конкретна ставка єдиного податку встановлюється місцевими органами управління та залежить від видів діяльності, яку здійснює підприємець.

Таблиця 11.2 – Спрощена система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності

Критерії	I група	II група	III група	IV група
Хто може бути в групі	Фізичні особи-підприємці	Фізичні особи-підприємці	1. Юридичні особи 2. Фізичні особи-підприємці	1. Юридичні особи, в яких частка сільськогосподарського товару - виробництва за попередній податковий (звітний) рік $\geq 75\%$. 2. ФОП, які провадять діяльність виключно в межах фермерського господарства, та з урахуванням додаткових обмежень (лише з членами сім'ї або самостійно)
Ставка єдиного податку	не більше 10% прожиткового мінімуму на працездатну особу	не більше до 20% мінімальної заробітної плати	– 5% доходу не платників ПДВ; – 3% доходу платників ПДВ	Ставка податку застосовується до грошової оцінки використаної землі
Ліміт доходу протягом календарного року	1 млн грн	5 млн грн	7 млн грн	немає обмежень
Максимальна кількість найманих працівників	не повинно бути працівників	10 працівників одночасно	немає обмежень	1. Для юридичних осіб: немає обмеження. 2. Для ФОП: - не повинно бути найманих працівників; - членами фермерського господарства такого ФОП є лише члени його сім'ї.
Види господарської діяльності	Роздрібний продажів товарів на ринках і надання побутових послуг населенню	Надання послуг платникам єдиного податку і населенню, виробництво та продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства	Будь-які види діяльності, окрім заборонених п.291.5 ПКУ	1. Юридичні особи: будь-які види діяльності, окрім заборонених п.291.5 ПКУ (з обмеженням $\geq 75\%$ частки сільгоспвиробництва) 2. ФОП: виключно вирощування відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку власновирощеної або відгодованої продукції та її продаж

Не можуть бути платниками єдиного податку першої, другої та третьої груп: суб'єкти господарювання (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які здійснюють (п. 291.5. ПКУ):

1) діяльність з організації, проведення азартних ігор, лотерей (крім розповсюдження лотерей), парі (букмекерське парі, парі тоталізатора);

2) обмін іноземної валюти;

3) виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива, сидру, пері (без додання спирту) та столових вин);

4) видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення (крім виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння);

5) видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення;

6) діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами, визначеними Законом України «Про страхування», сюрвейєрами, аварійними комісарами та аджастерами;

7) діяльність з управління підприємствами;

8) діяльність з надання послуг пошти (крім кур'єрської діяльності), діяльність з надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку (місцевого, міжміського, міжнародного), діяльність з надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з використанням безпроводового доступу до телекомунікаційної мережі з правом технічного обслуговування і надання в користування каналів електрозв'язку (місцевого, міжміського, міжнародного), діяльність з надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку, діяльність з надання послуг з технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж, мереж ефірного теле- і радіомовлення, проводового радіомовлення та телемереж;

9) діяльність з продажу предметів мистецтва та антикваріату, діяльність з організації торгів (аукціонів) виробами мистецтва, предметами колекціонування або антикваріату;

10) діяльність з організації, проведення гастрольних заходів.

Важливим питанням залишається використання реєстратора розрахункових операцій для підприємців, які знаходяться на спрощеній системі оподаткування.

Мета застосування в Україні реєстратора розрахункових операцій з боку держави – це контроль обороту юридичних осіб та ФОП, які приймають оплати від населення готівкою і платіжними картами.

Дія Закону України «Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг» № 265/95-ВР від 6.07.1995 р., поширюється на всіх суб'єктів господарювання, їхні господарські одиниці та представників (уповноважених осіб) суб'єктів господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або безготівковій формі.

Згідно цього Закону **реєстратор розрахункових операцій** (далі – РРО) – пристрій або програмно-технічний комплекс, в якому реалізовані фіскальні функції і який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажу товарів (наданні послуг), операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та/або реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг), операцій з приймання готівки для подальшого переказу.

До реєстраторів розрахункових операцій відносяться: електронний контрольно-касовий апарат, електронний контрольно-касовий реєстратор, вбудований електронний контрольно-касовий реєстратор, комп'ютерно-касова система, електронний таксометр, автомат з продажу товарів (послуг) тощо;

Починаючи з 19.04.2020 року суб'єкти підприємницької діяльності використовують у своїй діяльності як класичні (POS-термінали), так і програмні РРО. Останнім виступатиме програмно-технічний комплекс у вигляді технологічного та/або програмного рішення, відповідальним за розроблення та обслуговування якого є контролюючий орган. Таку програму можна буде безкоштовно встановити та використовувати на будь-якому пристрої (комп'ютері, планшеті, смартфоні тощо), попередньо зареєструвавши її через електронний кабінет.

Очікується, що в такий спосіб суб'єкти підприємництва матимуть змогу зменшити свої витрати на встановлення та обслуговування РРО, тим самим сприяючи підвищенню загального рівня фіскалізації розрахункових операцій.

Також передбачається використання електронних розрахункових документів – касових, товарних або видаткових чеків, розрахункових квитанцій, проїзних документів, що підтверджують факт продажу (повернення) товарів, надання послуг, створених в електронній формі (наприклад у вигляді QR-коду). Такі електронні чеки можуть друкуватися для споживача на звичайному принтері.

У ст. 296.10. ПКУ зазначено, що реєстратори розрахункових операцій не застосовуються платниками єдиного податку:

1) першої групи;

2) другої – четвертої груп (фізичні особи-підприємці) незалежно від обраного виду діяльності, обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 1 млн грн. У разі перевищення в календарному році обсягу доходу понад 1 млн грн застосування реєстратора розрахункових операцій для такого платника єдиного податку є обов'язковим. Застосування реєстратора розрахункових операцій розпочинається з першого числа першого місяця кварталу, наступного за виникненням такого перевищення, та продовжується у всіх наступних податкових періодах протягом реєстрації суб'єкта господарювання як платника єдиного податку.

Однак норми цього пункту не поширюються на платників єдиного податку, які здійснюють реалізацію технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту, а також лікарських засобів та виробів медичного призначення.

Сьогодні більшість суб'єктів господарювання здійснює продаж товарів та послуг за допомогою Інтернету, тому використовувати РРО зобов'язані підприємці, які здійснюють продаж товарів та послуг через Інтернет та обов'язково видавати покупцям фіскальний чек, зокрема і при замовленні або оплаті товарів з використанням цієї мережі.

У зв'язку із залученням інноваційних технологій у Законі №265/95-ВР передбачено поступове впровадження обов'язкового використання РРО для окремих категорій платників єдиного податку.

РРО (звичайний або програмний, або обидва) із 01.01.2022 року застосовують всі ФОП, які здійснюють розрахункові операції, крім платників першої групи єдиного податку.

Крім запровадження режиму обов'язкового використання РРО, посилено відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності за незастосування РРО або невидачу розрахункового документа (чека).

Узагальнюючи вищесказане, можна виокремити випадки коли РРО не застосовуються:

1) при здійсненні розрахунків при продажу товару (наданні послуг), а саме: операції щодо оплати покупцями рахунків за товари підприємства, які згенеровані дистанційним способом (на сайті підприємства) та здійснені без застосування платіжних карток через банківські установи, зокрема шляхом унесення готівки через касу банку на рахунок підприємства;

2) при оплаті покупцями рахунку підприємства через банківський термінал самообслуговування;

3) при відвантаженні товару посередникові за умови переходу права власності на товар до посередника; розрахунки підприємства з посередником за цей товар будуть вважатися безготівковими та проводитися без застосування РРО.

Натомість РРО є обов'язковими до застосування:

1) при оплаті покупцем рахунку підприємства за допомогою інтернет-банкінгу (розрахунковий документ у такому випадку надається або надсилається споживачу разом із товаром);

2) якщо право власності на товар не переходить до посередника, а посередник здійснює лише доставку товару покупцю за умови передоплати, аналогічно, як у разі доставки товару поштою, продавець при продажу товарів повинен забезпечити доставку покупцю раніше роздрукованого розрахункового документа (чека) разом із придбаним товаром;

3) якщо доставка товару здійснюється посередником за умови післяплати, то посередник видає розрахунковий документ (чек) покупцю в момент оплати коштів за придбаний товар, при цьому розрахунковий документ (чек) повинен бути роздрукований з використанням РРО, зареєстрованого на транспортний засіб, яким здійснюється доставка;

5) якщо покупець, використовуючи Інтернет, замовив товар і розрахунок за нього (передоплату) було здійснено із застосуванням платіжних систем *Portmone*, *Liq Pay* (розрахунковий документ у такому випадку надається або надсилається споживачу разом із товаром);

6) при оплаті покупцем замовленого на сайті підприємства товару платіжною картою *Visa*, *Master Card* тощо (підприємство користується інтернет-еквайрингом, оплата здійснюється через сайт підприємства; розрахунковий документ у такому випадку надається/надсилається споживачу разом із товаром).

Спрощена система оподаткування, обліку і звітності введена в Україні з метою сприяння розвитку малого бізнесу. Вона забезпечила динамічний розвиток малого підприємництва та стабільні надходження до бюджету, що свідчить про адаптованість та прийнятність її для значної категорії суб'єктів підприємницької діяльності.

Однак поряд з перевагами від її запровадження існують і недоліки, які залежать від умов здійснення підприємницької діяльності, господарських операцій суб'єкта підприємницької діяльності, від величини його прибутку та ін.

Перевагами спрощеної системи оподаткування є такі:

1. Простота нарахування єдиного податку, що передбачає значне спрощення процедури обчислення об'єкта оподаткування для визначення сум єдиного податку, а також спрощене ведення обліку та відносна простота заповнення звітності.

2. Звільнення від сплати деяких податків та обов'язкових платежів, передбачених ст. 297 ПК України (зокрема таких як: земельний податок, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для провадження господарської діяльності; збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності; збір на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства, податок на прибуток підприємств та ін.), що тягне за собою зменшення документів бухгалтерського обліку та документів, які потрібно подавати для звітності у відповідні органи.

3. Підприємці, які знаходяться на третій групі єдиного податку можуть самостійно обирати: бути чи не бути платником ПДВ (незалежно від обсягу оподатковуваних операцій, можна не бути платником ПДВ у разі обрання ставки ЄП у розмірі 5 %).

4. РРО можуть не використовувати: платники єдиного податку першої групи.

5. Скасовується обов'язок ведення Книги обліку доходів для ФОП, які працюють на єдиному податку першої – третьої груп.

До недоліків спрощеної системи оподаткування відносять:

1. Обмеження за видами підприємницької діяльності.

2. Обмеження за обсягом отриманого доходу.

3. Обмеження, які стосуються кількості найманих працівників.

4. Негативні нюанси роботи фізичних осіб-підприємців з юридичними особами що перебувають на загальній системі оподаткування.

5. Розмір податку для платників першої та другої групи не залежать від результатів діяльності. ФОП, які перебувають у першій та другій групі платників єдиного податку сплачують єдиний податок незалежно від результатів господарської діяльності, тобто навіть якщо у них за податковий період дохід дорівнює нулю.

6. Платники єдиного податку першої – третьої груп повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) виключно в грошовій формі (291.6 статті 291 ПКУ). З чого можна зробити висновок, що, юридичні особи – платники єдиного податку не мають права здійснювати бартерні операції, операції переведення боргу, вексельні операції, тобто погашати заборгованість за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) іншим.

Вищезазначена інформація лише ілюструє деякі переваги та недоліки перебування на спрощеній системі оподаткування в цілому. Для прийняття рішення про вибір системи оподаткування для конкретного суб'єкта підприємницької діяльності потрібно володіти сукупністю всієї інформації: про перелік господарських операцій, які здійснюються підприємцем, кількість осіб, які знаходяться у трудових відносинах, обсяг річного доходу, рентабельність платника податків та ін.

11.3. Особливості ведення бізнесу на загальній системі оподаткування

Загальна система оподаткування має найбільш складну систему ведення бізнесу з точки зору обліку та звітності. Проте вона дозволяє займатися будь-яким видом діяльності та немає інших обмежень, що притаманні спрощеній системі оподаткування (ані за видами діяльності, кількістю працівників, річним оборотом тощо). Також посилюється контроль з боку податкових органів за підприємцями на загальній системі, адже розмір податку напряду залежить від результатів господарської діяльності, адже на загальній системі оподатковується тільки те, що залишилося після оплати витрат на ведення діяльності.

Ведення бізнесу на загальній системі оподаткування має свої особливості для фізичних-осіб підприємців та юридичних осіб.

Схематично ***особливості оподаткування фізичної-особи підприємця***, що функціонує на загальній системі оподаткування наведено на рис.11.8.

Об'єктом оподаткування у ФОП на загальній системі оподаткування є чистий дохід (прибуток).

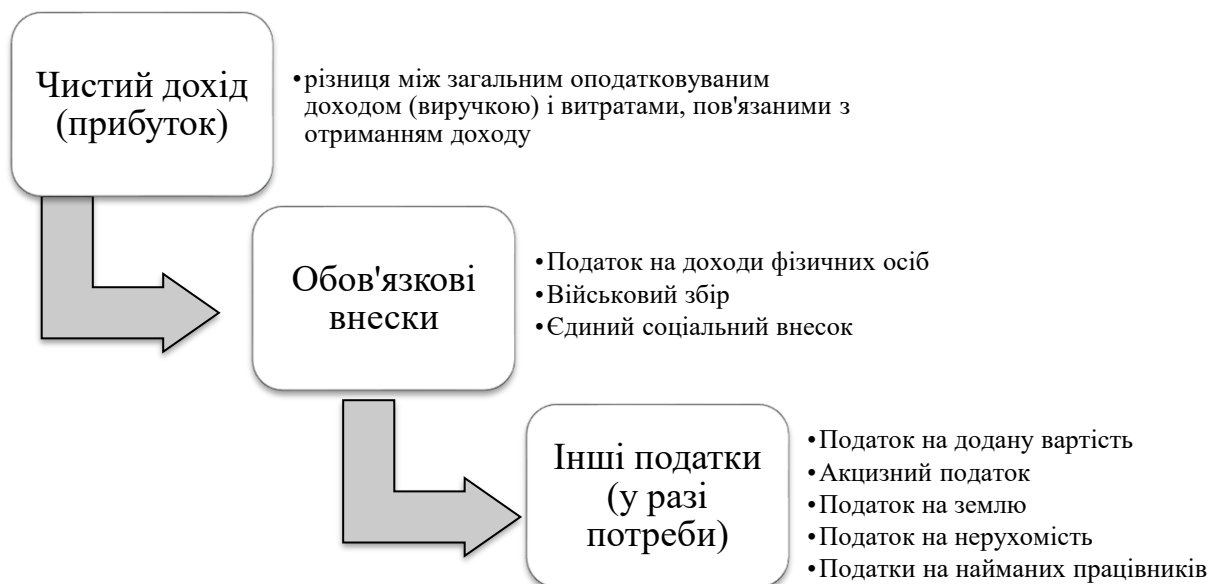


Рис. 11.8 – Особливості оподаткування фізичної-особи підприємця, що функціонує на загальній системі оподаткування

Чистий дохід (прибуток) визначається як різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручкою в грошовій та негрошовій формах) і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу у відповідному звітному періоді за формулою 11.1:

$$\text{Чистий дохід ФОП (прибуток)} = \text{Доходи ФОП} - \text{Витрати ФОП} \quad (11.1)$$

ФОП, які функціонують на загальній системі оподаткування зобов'язані вести Книгу обліку доходів і витрат, у якій за підсумком робочого дня, протягом якого отримано дохід, на підставі первинних документів здійснюються записи про отримані доходи та документально підтверджені витрати. Головним завданням Книги є накопичування інформації для визначення чистого оподаткованого доходу ФОП, тобто його прибутку.

Книга обліку доходів і витрат повинна бути зареєстрована після дати державної реєстрації ФОП, до початку здійснення діяльності. ФОП заповнює Книгу самостійно за підсумками робочого дня, протягом якого отримано дохід.

Згідно Закону України «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо функціонування електронного кабінету та спрощення роботи фізичних осіб-підприємців» від 1.07.2020 року з 2021 року, з 1.01.2021 року ФОП, які функціонують на загальній системі оподаткування зобов'язані вести облік доходів і витрат та мати підтверджуючі документи щодо походження товару. Але облік доходів і витрат може вестися в паперовому та/або електронному вигляді, у тому числі через Електронний кабінет.

Відсотки, нараховані банком на вільний залишок коштів на банківському рахунку, не включаються до доходу підприємця й підлягають оподаткуванню як доходи, отримані фізичною особою – громадянином.

У ФОП на загальній системі оподаткування дохід виникає тоді, коли надходять кошти. Наприклад, якщо продукцію відвантажено в березні, а оплата за неї надійшла в травні, то й дохід виникне тільки в травні (у момент оплати продукції), а не в березні (у момент відвантаження).

ФОП, які функціонують на загальній системі оподаткування, до Книги обліку до витрат відносять: суму сплаченого ЄСВ; собівартість проданих товарів та послуг (закупка матеріалів, товарів, послуг у підрядників тощо); витрати на оплату податків та заробітної плати найманих працівників, якщо такі є. Також ФОП можуть до витрат включати амортизацію основних засобів і нематеріальних активів.

Витрати повинні бути документально підтверджені. Це стосується будь-яких витрат, починаючи від документів, що підтверджують закупівлю матеріалів, що були використані для виробництва проданої продукції, та закінчуючи нарахуванням заробітної плати чи амортизації основних засобів; витрати визнаються, якщо оплачені. Це означає, що повинна бути не тільки накладна на придбані товари чи акт приймання-передачі щодо отриманих сторонніх послуг (робіт), але й документи, які підтверджують їх оплату (платіжне доручення, квитанція до прибуткового касового ордеру, квитанція, фіскальний чек, акт закупівлі); витрати мають бути пов'язані з отриманим доходом. Це означає, що поки не отримано дохід по операціях заради яких здійснювалися витрати, то й витрати не визнаються, навіть якщо вони уже були оплачені; витрати мають бути у переліку витрат, визначеному п. 177.4 ПКУ.

Не включаються до витрат: покупка основних засобів; витрати, не пов'язані з діяльністю ФОП; витрати без документального підтвердження.

Станом на сьогодні ФОП на загальній системі оподаткування платять три обов'язкові податки (рис. 11.9).



Рис.11.9 – Обов'язкові платежі для ФОП на загальній системі оподаткування

Податки і обов'язкові внески, що зазначені на рис.11.9, сплачуються з отриманого чистого оподаткованого доходу (прибутку).

Ставка податку на доходи фізичних осіб-підприємців (ПДФО) передбачена на рівні 18%. Базою нарахування податку є прибуток ФОП. Розмір податку можна розрахувати за формулою 11.2:

$$\text{ПДФО} = (\text{Доходи ФОП} - \text{Витрати ФОП}) \times 0,18 \quad (11.2)$$

ФОП, який працює на загальній системі оподаткування потрібно нараховувати і сплачувати військовий збір за ставкою 1,5%. Базу оподаткування

військовим збором визначають у тому ж порядку, що і базу оподаткування ПДФО. Суму військового збору розраховують за формулою 11.3:

$$\text{Військовий збір} = (\text{Доходи ФОП} - \text{Витрати ФОП}) \times 0,015 \quad (11.3)$$

ФОП, який функціонує на загальній системі оподаткування повинен сплачувати *єдиний соціальний внесок (ЄСВ)* «за себе». Ставка ЄСВ становить 22% від чистого доходу (прибутку), але не ніж 22% з мінімальної заробітної плати за кожний місяць. Детальніше про ЄСВ «за себе» та за найманих робітників йтиметься у наступному пункті.

Також при необхідності ФОП платять і інші податки, такі, як:

1. *Податок на додану вартість*. ФОП, які функціонують на загальній системі оподаткування обов'язково реєструватися платником ПДВ, якщо за останні 12 місяців виручка від діяльності перевищила 1 млн грн. Але вони можуть зареєструватися і за бажанням, якщо виручка менше.

2. *Акцизний податок*. Якщо ФОП здійснює діяльність з продажу акцизних товарів (алкогольні, тютюнові вироби, бензин та ін.), то необхідно сплачувати акцизний збір.

3. *Податок на землю*. Сплачувати податок на землю ФОП буде, якщо володіє земельними ділянками та паями.

4. *Податок на нерухомість*. Сплачуватися податок на нерухомість буде, якщо ФОП володіє житловою та нежитловою нерухомістю.

5. *Податки за найманих працівників*. Якщо ФОП має найманих робітників, то з їх нарахованої заробітної плати він буде сплачувати: податок на доходи фізичних осіб (ПДФО), військовий збір, єдиний соціальний внесок.

Схематично *особливості оподаткування юридичної особи*, яка функціонує на загальній системі оподаткування наведено на рис 11.10.

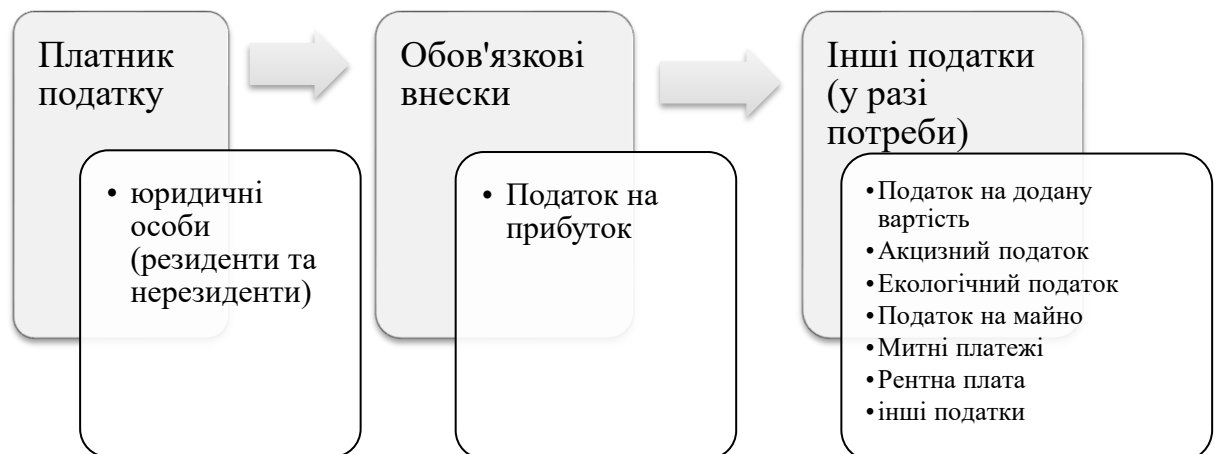


Рис. 11.10 – Особливості оподаткування юридичної особи, що функціонує на загальній системі оподаткування

У разі перебування на загальній системі оподаткування юридична особа сплачує лише один прямий податок – *податок на прибуток підприємств*.

Платники податку на прибуток – це лише юридичні особи (резиденти та нерезиденти), які провадять господарську діяльність як на території України, так і за її межами.

Платники-резиденти – це суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють господарську діяльність на території України та за її межами.

Платники-нерезиденти – це юридичні особи-нерезиденти, які отримують доходи з джерелом їх походження з України.

Винятком є: установи і організації, що мають дипломатичні привілеї або імунітет згідно з міжнародними договорами України; постійні представництва нерезидентів, які отримують доходи з джерелом їх походження з України або виконують агентські (представницькі) та інші функції стосовно таких нерезидентів або їх засновників. Різновидом податку на прибуток є податок на доходи нерезидентів (іноді його називають податком на репатріацію). Він також декларується в податковій декларації з податку на прибуток.

Об'єктом оподаткування (ст.134.1 ПКУ) є прибуток із джерелом походження з України та за її межами.

Базою оподаткування (ст.135.1 ПКУ) є грошове вираження об'єкту оподаткування.

На ставку податку на прибуток впливає вид діяльності і приналежність до певної категорії платника податків. Податок на прибуток сплачується за такими ставками:

- 1) 18% від прибутку – базова (основна) ставка (п. 136.1 ПКУ);
- 2) 3% від доходу (за договорами страхування) – для страховиків (загальне страхування);
- 3) 0% від доходу за договорами з довгострокового страхування життя, договорами добровільного медичного страхування та договорами страхування у межах недержавного пенсійного забезпечення, зокрема договорів страхування додаткової пенсії – для страховиків.

Також за окремими ставками обкладаються букмекерська діяльність, азартні ігри (у тому числі казино), діяльність з випуску та проведення лотерей, використання ігрових автоматів (ст. 136.3 – 136.7 ПКУ).

Основна ставка податку на прибуток складає 18% від прибутку до оподаткування. Розрахунок прибутку багато у чому збігається з розрахунком чистого доходу ФОП. Розмір прибутку дорівнює різниці між доходами та витратами.

Залежності від обраного виду діяльності та здійснених господарських операцій, юридичні особи, які функціонують на загальній системі, окрім податку на прибуток сплачують також інші види податків:

1. *Податок на додану вартість* – це непрямий податок, який входить в ціну товарів (робіт, послуг) та сплачується покупцем, але його облік та перерахування до державного бюджету здійснює продавець (податковий агент).

Розміри ставок податку визначає ПКУ. Якщо дохід юридичної особи за 12 місяців перевищує 1 млн грн, необхідно сплачувати ПДВ. За бажанням, юридична особа може зареєструватися платником ПДВ до досягнення суми доходу 1 млн грн.

2. *Акцизний податок* – це непрямий податок на споживання підакцизних товарів (продукції), що включається до ціни таких товарів (продукції). Якщо юридична особа виробляє, ввозить, реалізує та ін. підакцизні товари (продукцію) на митній території України то вона стає платником акцизного податку.

3. *Екологічний податок* – обов’язковий платіж, що сплачується з фактичних обсягів різних викидів, скидів, розміщення відходів у довкіллі. Він має сприяти зменшенню шкідливих викидів підприємств та збільшенню фінансування витрат на покращення екологічного стану. Екологічний податок сплачують особи, які здійснюють: викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами забруднення; скиди забруднюючих речовин безпосередньо у водні об’єкти; розміщення відходів (крім розміщення окремих видів (класів) відходів як вторинної сировини, що розміщуються на власних територіях (об’єктах) суб’єктів господарювання); утворення радіоактивних відходів (включаючи вже накопичені).

5. *Податок на майно*, що складається з: податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки; транспортного податку; плати за землю.

6. *Митні платежі* – це загальнодержавний податок, встановлений ПКУ та Митним Кодексом. В Україні застосовуються такі види мита: ввільне мито; вивільне мито; сезонне мито; особливі види мита: спеціальне, антидемпінгове, компенсаційне, додатковий імпортерний збір.

7. *Рентна плата*. Рентна плата складається з: рентної плати за користування надрами для видобування корисних копалин; рентної плати за користування надрами в цілях, не пов’язаних з видобуванням корисних копалин; рентної плати за користування радіочастотним ресурсом України; рентної плати за спеціальне використання води; рентної плати за спеціальне використання лісових ресурсів; рентної плати за транспортування нафти і нафтопродуктів магістральними нафтопроводами та нафтопродуктопроводами, транзитне транспортування трубопроводами аміаку територією України.

8. Інші податки і збори відповідно до законодавства України.

Основні переваги загальної системи оподаткування представлені у таблиці 11.3.

У той же час загальна система оподаткування має істотні недоліки. У їх числі:

1. Складність адміністрування – більш суворі вимоги до ведення обліку та складання звітності. Тож податкові ризики ведення діяльності на загальній системі значно вищі.

2. Обов’язкова реєстрація платником ПДВ у разі, якщо обсяг постачання за останні 12 місяців перевищить 1 млн грн.

3. Досить велике податкове навантаження, особливо при наявності найманих працівників. Платники податку на прибуток, наприклад, не звільняються від сплати земельного податку.

4. Необхідність використання реєстраторів розрахункових операцій (РРО).

Таблиця 11.3 – Переваги загальної системи оподаткування

Перевага	Пояснення
Податкова оптимізація	Об'єктом оподаткування є прибуток з джерелом походження в Україні. Відповідно, збиткові підприємства податок на прибуток не сплачують
Види діяльності	На загальній системі дозволено усе, що не заборонено законом взагалі
Обмеження	Відсутні обмеження: - по кількості найманих працівників; - щодо суми отриманого доходу; - стосовно суб'єктів, яким продаються товари або надаються послуги;
Форма розрахунків	Відсутні обмеження стосовно форми розрахунків

Таким чином, загальна система оподаткування, обліку та звітності на багато складніша в адмініструванні. Перебуваючи на загальній системі оподаткування, суб'єкти господарювання повинні подавати набагато більше звітності, ніж якби вони перебували на спрощеній системі. Порядок нарахування окремих податків доволі складний, потребує професійних знань та досвіду.

11.4. Єдиний соціальний внесок: платники, розмір, ставки

Суб'єкти підприємницької діяльності зобов'язані сплачувати єдиний внесок на соціальне страхування на загальних підставах відповідно до Закону України від 08.07.2010 р. № 2464-VI «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» (далі Закон про ЄСВ).

Єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – це консолідований страховий внесок на пенсійне страхування, страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності та витратами, зумовленими похованням, медичне страхування, страхування від нещасного випадку на виробництві та професійного захворювання, які спричинили втрату працездатності, страхування на випадок безробіття, який в обов'язковому порядку сплачується страхувальниками з метою забезпечення реалізації прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за соціальним страхуванням.

Згідно ст.1 Закону, **ЄСВ** – це єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – консолідований страховий внесок в Україні, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного

соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування.

Порядок нарахування і сплати єдиного внеску залежить від того, хто саме є платником податку – юридична особа або ж фізична особа-підприємець. Але при цьому якщо фізична особа-підприємець є працедавцем, то для нього діють ті ж правила нарахування ЄСВ, що і для юридичної особи.

Мета сплати ЄСВ – забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, застрахованих осіб і членів їх сімей. Адже в підсумку люди отримують страхові виплати в рамках діючих видів загальнообов'язкового соціального державного страхування.

Страхові кошти, акумульовані на централізованих рахунках податкових органів, автоматично перераховуються на централізовані рахунки:

- загальнообов'язкового соціального страхування на випадок безробіття;
- загальнообов'язкового державного страхування в зв'язку з тимчасовою втратою працездатності;
- загальнообов'язкового державного пенсійного страхування;
- загальнообов'язкового державного соціального страхування від нещасних випадків на виробництві.

Платники єдиного соціального внеску – це роботодавці: юридичні особи, фізичні особи-підприємці; особи, які забезпечують себе роботою самостійно – займаються незалежною професійною діяльністю; особи, які працюють на виборних посадах; військовослужбовці та інші категорії платників податків.

ЄСВ сплачується незалежно від обраного способу оподаткування. ФОП «за себе» та за кожного найманого робітника; юридична особа сплачує ЄСВ за кожного найманого працівника за умовами трудового договору (контракту).

Базою нарахування ЄСВ – є сума нарахованої заробітної плати за видами виплат, які включають основну та додаткову заробітну плату, інші заохочувальні та компенсаційні виплати, у тому числі в натуральній формі.

Базою нарахування ЄСВ для ФОП, які функціонують на загальній системі оподаткування є сума доходу (прибутку), що підлягає оподаткуванню ПДФО.

Для ФОП – платників єдиного податку першої – третьої груп базою нарахування ЄСВ є сума, визначена такими платниками самостійно, але не більше максимальної величини бази нарахування єдиного внеску.

Ставки ЄСВ наступні:

- 1) ЄСВ встановлюється у розмірі 22% для юридичних осіб та ФОП, які є роботодавцями;
- 2) ЄСВ встановлюється у розмірі 22% від чистого оподаткованого доходу (прибутку) для ЄСВ «за себе» для ФОП (на спрощеній та загальній системі оподаткування).

ФОП, які працюють на загальній та спрощеній системі оподаткування звільняються від сплати ЄСВ «за себе», якщо вони є

пенсіонерами за віком або інвалідами та отримують соціальну допомогу чи пенсію;

3) ЄСВ встановлюється у розмірі 8,41% для юридичних осіб та ФОП, які є роботодавцями, на доходи працівників з інвалідністю;

4) ЄСВ встановлюється у розмірі 5,3% для підприємств та організацій всеукраїнських громадських організацій осіб з інвалідністю, зокрема товариств УТОГ та УТОС, в яких кількість осіб з інвалідністю становить не менш як 50% загальної чисельності працюючих, і за умови, що фонд оплати праці таких осіб з інвалідністю становить не менш як 25% суми витрат на оплату праці;

5) ЄСВ встановлюється у розмірі 5,5% для підприємств та організацій громадських організацій осіб з інвалідністю, в яких кількість осіб з інвалідністю становить не менш як 50% загальної чисельності працюючих, і за умови, що фонд оплати праці таких осіб з інвалідністю становить не менш як 25% суми витрат на оплату праці. Однак, на працівників без інвалідності нараховується ЄСВ у розмірі 22%.

Важливо враховувати, що база для нарахування ЄСВ для кожної особи обмежена: вона не може бути більше максимального розміру доходу і менше розміру мінімального страхового внеску.

Мінімальний страховий внесок – це сума ЄСВ, що визначається розрахунково як добуток мінімального розміру заробітної плати на розмір внеску, встановлений законом на місяць, за який нараховується заробітна плата (дохід), та підлягає сплаті щомісяця.

Найбільш поширені випадки застосування мінімального ЄСВ: працівник за основним місцем роботи має зарплату нижче мінімальної, наприклад через роботу неповний робочий час; нарахування лікарняних, декретних, коли сума при перерахунку на місяць виходить меншою за мінімальну зарплату; місячний ЄСВ «за себе» у ФОП, які працюють на єдиному податку.

Максимальна величина бази нарахування єдиного внеску – це максимальна сума доходу застрахованої особи на місяць, що дорівнює п'ятнадцяти розмірам мінімальної заробітної плати, встановленої законом, на яку нараховується єдиний внесок.

11.5. Вибір оптимальної системи оподаткування для бізнесу

Правильний вибір системи оподаткування є запорукою успішного ведення бізнесу. Розумний і зважений підхід у цьому питанні дає переваги перед конкурентами, які діють необдуманно. Діючий Податковий Кодекс України дає підприємцеві можливість самостійного вибору тієї або іншої системи оподаткування.

Найбільші проблеми виникають при виборі між третьою групою платників єдиного податку і загальною системою оподаткування.

Для вибору системи оподаткування варто звернути увагу на такі фактори:

- обмеження щодо видів діяльності;
- обмеження за обсягом доходу;
- обмеження за кількістю найманих працівників;
- облік доходів і витрат;
- об'єкт оподаткування;
- ставки податку;
- порядок сплати податку;
- вимоги до подання звітності;
- пільги по сплаті податків і зборів;
- особливості реєстрації як платника ПДВ;
- сплата ЄСВ;
- порядок здійснення розрахунків з контрагентами.

Порівнюючи загальну та спрощену системи оподаткування (див. Додаток Л) необхідно зазначити, що загальна система передбачає сплату усіх видів податків і зборів, передбачених податковим законодавством України, залежно від наявності певних об'єктів оподаткування. Перебуваючи, на загальній системі оподаткування у платника немає обмежень щодо дозволеного виду діяльності чи граничної суми дозволеного доходу, більш широка можливість планування та оптимізації оподаткування.

У разі наявності у підприємця значних витрат вигідніше стає саме загальна система оподаткування, а не спрощена (єдиний податок). Також вона є єдиною можливою в випадках, коли у ФОП є: заборонені для спрощеної системи оподаткування види діяльності (наприклад, діяльність у сфері аудиту, технічних досліджень, організація і проведення гастрольних заходів, брокерська діяльність); заборонені господарські операції (наприклад, бартер та інші негрошові форми розрахунків). Перевищення виручки (доходу) в 7 млн грн також позбавляє можливості перебувати на спрощеній системі, так як це межа третьої групи єдиного податку, а з ним і всієї спрощеної системи.

У Додатку М надані загальні рекомендації щодо вибору системи оподаткування.

Якщо у підприємства є високі прибутки, відсоток витрат у доході є невеликим, краще вибрати спрощену систему оподаткування, якщо ж рентабельність діяльності не велика – краще перебувати на загальній системі оподаткування.

Передусім, вигідною спрощена система оподаткування буде для галузі послуг, а також для тих сфер діяльності, у яких небагато витрат.

Підприємці, що обрали спрощену систему оподаткування, повинні уважно підходити до вибору груп. А для цього треба взяти до уваги розмір очікуваного доходу і кількість найнятих робітників, необхідну для успішного ведення підприємницької діяльності.

Функціонувати на спрощеній системі оподаткування першої групи платників єдиному податку доцільно, якщо планується працювати з населенням

з надання послуг (перукарні, побутові послуги, тощо), або продавати товар на ринках і грошовий оборот в рік буде не більше 1 млн грн.

Функціонувати на спрощеній системі оподаткування другої групи платників єдиному податку доцільно, якщо планується вже більш серйозний бізнес, з великим річним оборотом, бізнес має на меті – реалізовувати товар або надавати послуги всім, навіть підприємствам, але основний клієнт – це фізичні особи, ФОП і юридичні особи на єдиному податку. На цій системі дозволені співробітники до 10 осіб.

Функціонувати на спрощеній системі оподаткування третьої групи платників єдиному податку доцільно, якщо планується діяльність яка полягає в наданні послуг. Ця група може застосовуватися як ФОП так і юридичними особами. На цій групі можна вибрати схему оподаткування: бути платником ПДВ або не бути. Третя група спрощеної системи оподаткування також підходить високорентабельним підприємствам. При виборі ставки ЄП (3% або 5%) теж необхідно враховувати норму рентабельності, адже цим підприємцям вигідніше сплачувати ЄП за ставкою 5% і не бути платником ПДВ. У цьому випадку, звичайно, слід зважити особливості ведення підприємницької діяльності. Так, якщо планується працювати з контрагентами – платниками ПДВ, то вигідно бути платником ПДВ. ЄП з умовою реєстрації платником ПДВ (ставка податку 3%) вигідно для високорентабельних підприємств, яким за умовами роботи з контрагентами потрібно бути платником ПДВ.

Четверта група платників єдиного податку більш вигідна підприємцям з невеликою кількістю землі і значними доходами (прибутком) (високорентабельним підприємствам), наприклад, тим, які спеціалізуються на тваринництві чи птахівництві, адже ця галузь не передбачає використання великої площі сільгоспугідь.

У цілому спрощена система оподаткування більш вигідна, коли:

1) бізнес є високоприбутковим, тобто підприємець має низькі витрати. У такому випадку сплачується менша сума податку, ніж на загальній системі оподаткування;

2) виручка за рік порівняно невелика;

3) підприємство користується земельними ділянками (є звільнення від плати за землю);

4) основними споживачами послуг підприємців, які перебувають на спрощеній системі є населення (це більше стосується першої та другої груп єдиного податку). У такому разі може бути й непотрібною реєстрація платником ПДВ;

5) влаштовують обмеження по кількості працюючих (перша та друга група) та обсягах доходу;

6) немає потреби у здійсненні бартерних розрахунків.

На загальній системі вигідно знаходиться новоствореному ФОП або юридичній особі, які доки не ведуть інтенсивної діяльності, не прогнозують великих сум реалізації, але мають постійні витрати, такі як: оренда приміщень, заробітна плата, реклама, адміністративні витрати та ін. У даному випадку сплата податку на прибуток з фактичного фінансового результату буде

вигіднішою, ніж сплата податку у вигляді фіксованого відсотка від отриманих грошових коштів.

Загальна система оподаткування в Україні – це найпоширеніша серед продавців товарів ФОП і підприємств, оборот яких становить понад 7 млн грн у рік.

Загальна система оподаткування вигідна низькорентабельним (менше 15%) або збитковим сільгосппідприємствам, але може бути невигідна для підприємств, у власності яких є багато землі, адже доведеться нести додаткові витрати на сплату земельного податку, від якого звільнені платники ЄП третьої та четвертої груп.

Узагальнюючи вищесказане, можна виділити етапи вибору системи оподаткування, які представлені на рис. 11.11.

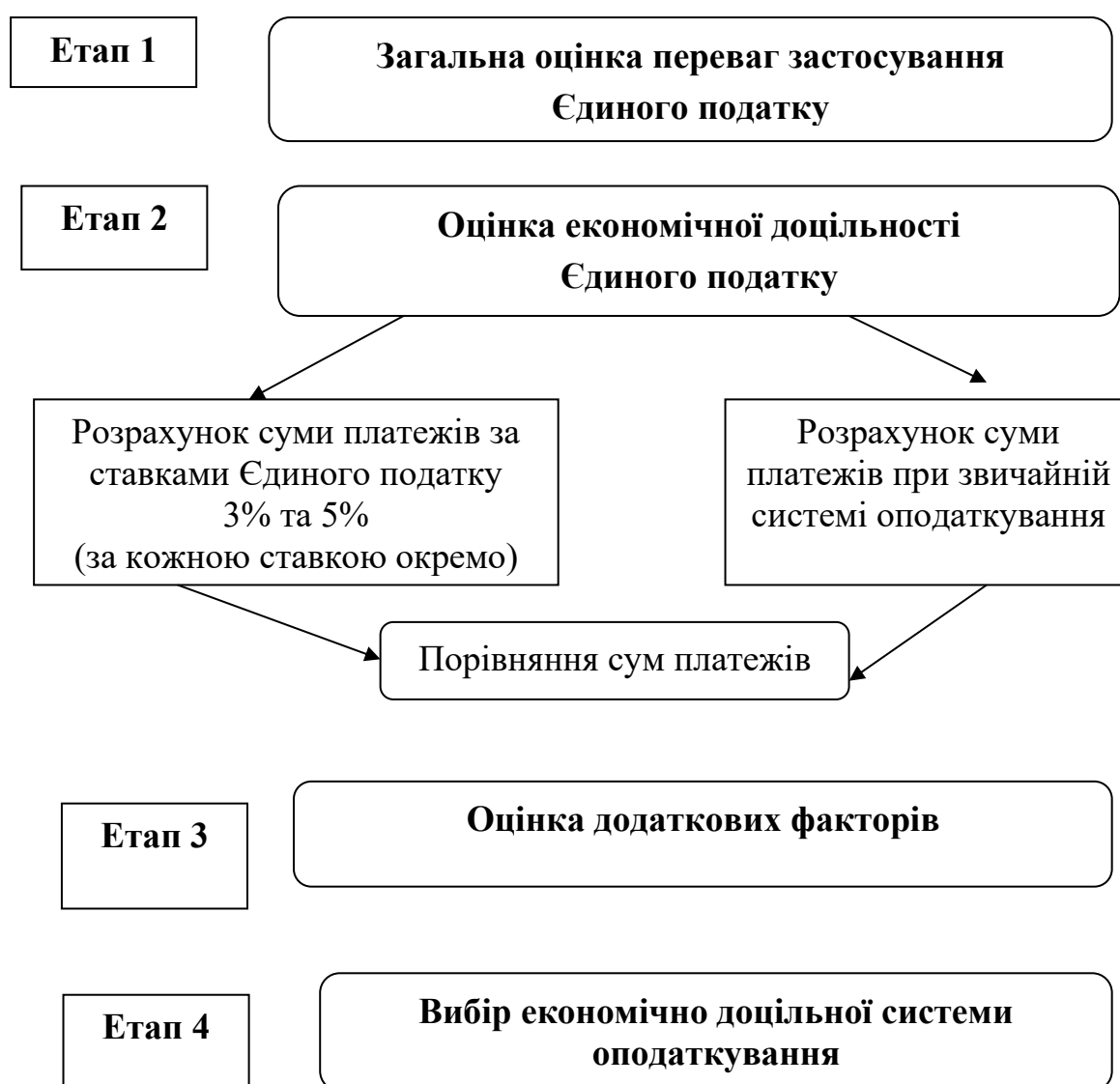


Рис. 11.3 – Етапи вибору доцільної системи оподаткування

У цілому вищеперераховані особливості, переваги й недоліки загальної та спрощеної систем оподаткування для юридичних та фізичних осіб-підприємців,

безсумнівно, допомагають визначитися з вибором системи оподаткування під час створення суб'єкта господарської діяльності або прийняття рішення про її перегляд, але в кожному конкретному випадку залежно від особливостей і цілей діяльності існує маса нюансів і моментів.

Варто звернути увагу на важливий нюанс – платники податків, податкові агенти та/або їх посадові особи, не залежно від вибору системи оподаткування, несуть відповідальність за неподання або несвоєчасне подання податкової звітності у вигляді штрафних (фінансових) санкцій. Отже, питання сплати податків є одним з найважливіших у діловому житті українських суб'єктів господарювання. Насамперед, менеджери підприємницьких структур контролюють правильність, повноту і своєчасність сплати податків з метою запобігання штрафів, пені й інших санкцій, а вже потім визначають можливості легального зниження податкових виплат. Таким чином, від вибору системи оподаткування безпосередньо залежить податкове навантаження на платника податків.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Податкова система – це сукупність податків, зборів, мита та інших обов'язкових платежів до бюджетів і внесків до державних цільових фондів, що стягуються на умовах, які визначаються законодавчими актами в даній державі; принципів, форм та методів їх визначення, зміни або скасування; дій, що забезпечують їх сплату, контроль та відповідальність за порушення податкового законодавства.

Суб'єкти оподаткування – це ті хто сплачує податки: юридичні особи (резиденти і нерезиденти України) незалежно від організаційно-правової форми; фізичні особи-підприємці (резиденти і нерезиденти України) та звичайні громадяни.

Об'єкт оподаткування – це майно, товари, дохід (прибуток) або його частина, обороти з реалізації товарів (робіт, послуг), операції з постачання товарів (робіт, послуг) та інші об'єкти, визначені податковим законодавством, з наявністю яких податкове законодавство пов'язує виникнення у платника податкового обов'язку.

Податкова політика – це система дій, які проводяться державою в галузі податків і оподаткування. Вона знаходить своє відображення у видах податків, розмірах податкових ставок, визначені кола платників податків і об'єктів оподаткування, у податкових пільгах. Податкова політика є частиною загальної фінансової політики держави на середньострокову та довгострокову перспективу.

Податок – це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку.

Збір (плата, внесок) – це обов'язковий платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників зборів, з умовою отримання ними спеціальної вигоди, у тому числі внаслідок вчинення на користь таких осіб державними органами, органами місцевого самоврядування, іншими уповноваженими органами та особами юридично значимих дій.

База оподаткування – це конкретний фізичний, вартісний чи інший характерний вираз об'єкта оподаткування, до якого застосовується податкова ставка і який використовується для визначення розміру податкового зобов'язання. База оподаткування і порядок її визначення встановлюються ПКУ для кожного податку окремо.

Ставка податку – це розмір податкових нарахувань на (від) одиницю (одиниці) виміру бази оподаткування. Ставка податку існує у різних видах.

Базова (основна) ставка податку – це ставка, що визначена для окремого податку.

Гранична ставка податку – це ставка, що визнається як максимальний або мінімальний розмір ставки за певним податком.

Абсолютна (специфічна) – це ставка податку, згідно з якою розмір податкових нарахувань встановлюється як фіксована величина стосовно кожної одиниці виміру бази оподаткування.

Відносна (адвалорна) – це ставка податку, згідно з якою розмір податкових нарахувань встановлюється у відсотковому або кратному відношенні до одиниці вартісного виміру бази оподаткування.

Податковий період – це період часу, з урахуванням якого відбувається обчислення та сплата окремих видів податків та зборів. Податковий період може складатися з кількох звітних періодів. Базовий податковий (звітний) період – це період, за який платник податків зобов'язаний здійснювати розрахунки податків, подавати податкові декларації (звіти, розрахунки) та сплачувати до бюджету суми податків та зборів, коли контролюючий орган зобов'язаний самостійно визначити суму податкового зобов'язання платника податку.

Загальнодержавні податки та збори – це обов'язкові платежі до сплати на усій території України. До загальнодержавних податків належать: податок на прибуток підприємств; податок на доходи фізичних осіб; податок на додану вартість; акцизний податок; екологічний податок; рентна плата; мито.

Місцеві податки та збори – це податки та збори, що встановлені відповідно до переліку і в межах граничних розмірів ставок, рішеннями сільських, селищних, міських рад та рад об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, у межах їх повноважень і є обов'язковими до сплати на території відповідних територіальних громад. До місцевих податків належать: податок на майно; єдиний податок. До місцевих зборів належать: збір за місця для паркування транспортних засобів; туристичний збір.

Спрощена система оподаткування, обліку і звітності – це особливий механізм стягнення податків і зборів, яке встановлює заміну сплати окремих податків і зборів, на сплату єдиного податку в порядку і на умовах, визначених з одночасним веденням спрощеного обліку і звітності.

Єдиний податок – це податок, що сплачують суб'єкти підприємницької діяльності, які перебувають на спрощеній системі оподаткування, основний підприємницький податок.

Реєстратор розрахункових операцій – це пристрій або програмно-технічний комплекс, в якому реалізовані фіскальні функції і який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажу товарів (наданні послуг), операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та/або реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг), операцій з приймання готівки для подальшого переказу.

Загальна система оподаткування – це система оподаткування, яка має найбільш складну систему ведення бізнесу з точки зору обліку та звітності, дозволяє займатися будь-яким видом діяльності та немає інших обмежень, що притаманні спрощеній системі оподаткування.

Чистий дохід (прибуток) – це різниця між загальним оподатковуваним доходом (виручкою в грошовій та негрошовій формах) і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу у відповідному звітному періоді

Єдиний соціальний внесок – це єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування – консолідований страховий внесок в Україні, збір якого здійснюється до системи загальнообов'язкового державного соціального страхування в обов'язковому порядку та на регулярній основі з метою забезпечення захисту у випадках, передбачених законодавством, прав застрахованих осіб на отримання страхових виплат (послуг) за діючими видами загальнообов'язкового державного соціального страхування



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Що регулює Податковий Кодекс України?
2. Що таке податкова система?
3. Які елементи включає податкова система України?
4. Хто такі платники податків?
5. Які зобов'язання має платник податків?
6. Що може включатися до об'єкту оподаткування?
7. У чому полягає податкова політика?
8. Що таке податок?
9. Що таке база оподаткування?
10. Що таке ставка оподаткування і які види ставок податку існують?

11. Що таке обчислювання податків?
12. Що таке податковий період?
13. Як класифікуються податки залежно від форми оподаткування?
14. Як класифікуються податки за економічним змістом об'єкта оподаткування?
15. Які податки і збори належать до загальнодержавних?
16. Які податки і збори належать до місцевих?
17. У чому сутність спрощеної системи оподаткування?
18. Чи може юридична особа або фізична особа-підприємець самостійно обрати спрощену систему оподаткування?
19. На які групи і за якою ознакою поділяються платники єдиного податку.
20. Які види підприємницької діяльності не можуть функціонувати на єдиному податку?
21. Які переваги та недоліки спрощеної системи оподаткування?
22. Які податки сплачує підприємець, який знаходиться на спрощеній системі оподаткування?
23. Суб'єкти господарювання якої групи спрощеної системи оподаткування можуть працювати без реєстраторів розрахункових операцій (РРО)?
24. Які суб'єкти господарювання повинні обов'язково використовувати РРО?
25. У чому полягає сутність загальної системи оподаткування?
26. Як розрахувати дохід оподаткування для фізичних осіб-підприємців, що функціонують на загальній системі оподаткування?
27. Які переваги та недоліки загальної системи оподаткування для фізичних осіб-підприємців.
28. Який податок і яка ставка податку, який сплачують юридичні особи, що знаходяться на загальній системі оподаткування?
29. Які податки платять суб'єкти підприємницької діяльності, які знаходяться на загальній системі оподаткування?
30. У чому полягає сутність єдиного соціального внеску? Яка ставка ЄСВ?
31. Якщо працівникові нараховується заробітна плата в сумі менше мінімальної заробітної плати (наприклад, 0,5 ставки), то як буде нараховуватися ЄСВ?
32. Яким суб'єктам господарювання вигідно знаходитися на загальній системі оподаткування?
33. Яким суб'єктам господарювання вигідно знаходитися на спрощеній системі оподаткування?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

*Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей*

1. Суб'єкти підприємницької діяльності, які сплачують єдиний податок за ставкою 3% за умови реєстрації платником ПДВ або 5% при включенні ПДВ в єдиний податок належать до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;*
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;*
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;*
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.*

2. Фізичні особи-підприємці, які протягом календарного року не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб та обсяг доходу у котрих не перевищує 5 млн гривень належать до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;*
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;*
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;*
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.*

*3. * Фізична особа-підприємець, що належить до першої групи платників єдиного податку, може здійснювати такі види діяльності:*

- а) надавати фотопослуги;*
- б) здійснювати роздрібну торгівлю на ринку;*
- в) виготовляти тютюнові вироби;*
- г) створювати та утримувати ігорні заклади;*
- д) виробляти та здійснювати торгівлю алкогольними напоями;*
- ж) організовувати азартні ігри;*
- з) виготовляти та реалізовувати медикаменти і хімічні речовини.*

*4. * Фізична особа-підприємець, що належить до другої групи платників єдиного податку, може здійснювати такі види діяльності:*

- а) виготовляти тютюнові вироби;*
- б) здійснювати діяльність у сфері ресторанного бізнесу;*
- в) надавати послуги з пошиття та ремонту взуття;*
- г) створювати та утримувати ігорні заклади;*
- д) виробляти та здійснювати торгівлю алкогольними напоями;*
- ж) організовувати азартні ігри;*
- з) виготовляти та реалізовувати медикаменти і хімічні речовини.*

5. Сільськогосподарські підприємства належать до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;*

- б) 2-ї групи платників єдиного податку;
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.

6. Суб'єкти підприємницької діяльності, які сплачують фіксовану ставку 20% від розміру мінімальної заробітної плати, відносяться до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.

7. Юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року середньооблікова кількість працівників без обмежень, обсяг доходу не перевищує 7 млн гривень, належать до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.

8. Фізичні особи-підприємці, які працюють на 2-й групі спрощеної системи оподаткування, мають право здійснювати виробництво, продаж, ремонт ювелірних виробів і виробів з дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння:

- а) так;
- б) ні.

9. Фізичні особи-підприємці, які працюють на 2-й групі спрощеної системи оподаткування, мають право здійснювати послуги у сфері фінансового посередництва:

- а) так;
- б) ні.

10. Фіксовану ставку 10% від розміру прожиткового мінімуму має:

- а) 1-а група платників єдиного податку;
- б) 2-а група платників єдиного податку;
- в) 3-я група платників єдиного податку;
- г) 4-а група платників єдиного податку.

11. Юридичні особи можуть належати до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.

12. Вибір виду системи оподаткування бізнесу для фізичної особи-підприємця залежить від потенційного масштабу виробництва (обсягу послуг):

- а) так;
- б) ні.

13. Для підприємців, які не використовують працю найманих робітників та обсяг річного доходу яких не перевищує 1 млн грн установлюється розмір ставки єдиного податку:

- а) до 10% розміру прожиткового мінімуму;
- б) до 20% розміру мінімальної заробітної плати;
- в) від 2% до 20% розміру мінімальної заробітної плати;
- г) від 1% до 10% розміру мінімальної заробітної плати.

14. Фізичні особи-підприємці, які протягом календарного року мали обсяг доходу не більше 7 млн грн (кількість найманих робітників - необмежена) належать до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.

15. Сімейні фермерські господарства можуть належати до:

- а) 1-ї групи платників єдиного податку;
- б) 2-ї групи платників єдиного податку;
- в) 3-ї групи платників єдиного податку;
- г) 4-ї групи платників єдиного податку.

16. До загальнодержавних податків відноситься:

- а) податок на прибуток підприємств;
- б) податок на майно;
- в) єдиний податок;
- г) збір за місця для паркування транспортних засобів.

17. До місцевих податків відноситься:

- а) податок на майно;
- б) єдиний податок;
- в) збір за місця для паркування транспортних засобів;
- г) податок на додану вартість.

18. Для підприємця, у якого обсяг річного доходу не перевищує 7 млн грн і який є платником ПДВ, установлюється розмір ставки єдиного податку:

- а) 10% розміру прожиткового мінімуму;
- б) 20% розміру мінімальної заробітної плати;
- в) від 2% до 20% розміру мінімальної заробітної плати;
- г) 3% від доходу.

19. Підприємці, які належать до другої групи платників єдиного податку, мають право використовувати працю найманих робітників у кількості:

- а) до 10 осіб;
- б) до 50 осіб;
- в) від 2 до 5 осіб;
- г) від 10 до 20 осіб.

20. Підприємці, які належать до третьої групи платників єдиного податку, мають право використовувати працю найманих робітників у кількості:

- а) до 10 осіб;
- б) до 50 осіб;
- в) необмежена кількість;
- г) від 10 до 20 осіб.

21. Юридичні особи, які належать до четвертої групи платників єдиного податку, мають право використовувати працю найманих робітників у кількості:

- а) до 10 осіб;
- б) до 50 осіб;
- в) від 2 до 5 осіб;
- г) необмежена кількість.

22. Юридичні особи – сільськогосподарські товаровиробники, які належать до четвертої групи платників єдиного податку, повинні мати частку сільськогосподарського товаровиробництва за попередній податковий (звітний) рік у розмірі:

- а) 75 відсотків;
- б) 50 відсотків;
- в) необмежена;
- г) 100 відсотків.

23. Об'єктом оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи є:

- а) отриманий дохід;
- б) площа сільськогосподарських угідь;
- в) прибуток від реалізації продукції;
- г) виручка від реалізації продукції.

24. Базою оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи (сільськогосподарських товаровиробників) є:

- а) нормативна грошова оцінка одного гектара сільськогосподарських угідь;
- б) прибуток від реалізації продукції;
- в) отриманий дохід;
- г) виручка від реалізації продукції.

25. Для підприємців третьої групи платників єдиного податку об'єктом оподаткування є:

- а) дохід платника єдиного податку;
- б) прибуток від реалізації продукції;
- в) виручка від реалізації послуг;
- г) собівартість продукції.

26. При загальній системі оподаткування фізичних осіб-підприємців оподатковуваним доходом вважається:

- а) сукупний чистий дохід;
- б) виручка від реалізації послуг;
- в) прибуток від реалізації продукції;
- г) собівартість від реалізації.

27. При загальній системі оподаткування фізичних осіб-підприємців оподатковуваним доходом вважається сукупний чистий дохід, який розраховується як:

- а) різниця між валовим доходом і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу у відповідному звітному періоді;
- б) різниця між прибутком і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу у відповідному звітному періоді;
- в) різниця між прибутком і собівартістю;
- г) різниця між собівартістю і документально підтвердженими витратами, безпосередньо пов'язаними з отриманням доходу у відповідному звітному періоді.

28. Базову ставку податку доходу фізичних осіб-підприємці (ПДФО) встановлено на рівні:

- а) 18 відсотків;
- б) 22 відсотка;
- в) 5 відсотків;
- г) 20 відсотків.

29. Юридичні особи, що знаходяться на загальній системі оподаткування, платять податок на прибуток, ставка якого становить:

- а) 22 відсотки;
- б) 20 відсотків;
- в) 18 відсотків;
- г) 5 відсотків.

30. Об'єктом оподаткування податку на прибуток підприємства є:

- а) прибуток підприємства;
- б) виручка від реалізації послуг;
- в) дохід від реалізації;

г) собівартість від реалізації.

31. *Роботодавці (юридичні особи, фізичні особи-підприємці) – нараховують ЄСВ у відсотках до:*

- а) нарахованої заробітної плати;
- б) виручки від реалізації продукції;
- в) прибутку від реалізації;
- г) чистого прибутку.

32. *Незалежно від вибору способу оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності, ЄСВ розраховується за ставкою:*

- а) 20 відсотків;
- б) 22 відсотки;
- в) 18 відсотків;
- г) 5 відсотків.

33. *Мінімальний страховий внесок за місяць розраховується як:*

- а) мінімальна заробітна плата множиться на ставку ЄСВ;
- б) мінімальна заробітна плата мінус розмір ЄСВ;
- в) мінімальна заробітна плата ділиться на ставку ЄСВ;
- г) чистий прибуток мінус розмір ЄСВ.

34. *Максимальна величина ЄСВ складає:*

- а) 15 розмірів мінімальної заробітної плати для працевздатних осіб на розмір ставки ЄСВ;
- б) 20 розмірів мінімальної заробітної плати для працевздатних осіб на розмір ставки ЄСВ;
- в) 25 розмірів мінімальної заробітної плати для працевздатних осіб на розмір ставки ЄСВ;
- г) 10 розмірів мінімальної заробітної плати для працевздатних осіб на розмір ставки ЄСВ.

35. *Заробітна плата працівнику підприємства за місяць нарахована у розмірі 10000 грн. Ставка ЄСВ – 22%. Сума ЄСВ за місяць складе:*

- а) 1000 грн;
- б) 2200 грн;
- в) 500 грн;
- г) 2000 грн.

36. *Ціна підприємства складає 100 грн за товарну одиницю. Ставка ПДВ – 20%. Ціна з ПДВ за товарну одиницю складе:*

- а) 120 грн;
- б) 80 грн;
- в) 20 грн;
- г) 50 грн.

37. Фінансовий результат підприємства (прибуток) за місяць складає 100 тис. грн. Ставка податку на прибуток – 18%. Сума податку на прибуток за місяць складе:

- а) 18000 грн;
- б) 1080 грн;
- в) 120 грн;
- г) 1180 грн.

38. Чистий дохід фізичної особи-підприємця за рік дорівнює 100000 грн. Ставка податку доходу фізичних осіб-підприємці (ПДФО) – 18%. Сума ПДФО за рік складе:

- а) 18000 грн;
- б) 108 грн;
- в) 120 грн;
- г) 118 грн.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1.

Податкова система виконує певні функції. Основною функцією є – фіскальна функція – це створення стабільної дохідної бази бюджетної системи держави, достатньої для фінансування необхідних витрат, на базі росту виробництва і доходів в економіці.

Для відповіді на питання необхідно використовувати інформацію Державної служби статистики України.

Питання до обговорення.

1. Сформувати діаграму, яка характеризує структуру доходів Державного бюджету України за кожні останні два роки.

2. Яку частку в структурі доходів Державного бюджету за останній рік займає податкове навантаження?

3. Яка динаміка надходження податку на прибуток за останні два роки?

4. Які основні висновки можна зробити проаналізувавши структуру доходів Державного бюджету України?

Завдання 2.

Фізична особа-підприємець або юридична особа можуть самостійно обрати систему оподаткування.

Питання до обговорення.

1. На які фактори необхідно звернути уваги при виборі системи оподаткування?

2. Яка система оподаткування, на ваш погляд, є найбільше привабливою для створення ФОП?

3. Які фактори будуть сприяти для переходу ФОП зі спрощеної системи оподаткування на загальну систему?

4. Які дії має зробити суб'єкт підприємницької діяльності, який перебуває на загальній системі оподаткування для переходу на спрощену систему оподаткування?

5. Які переваги загальної системи оподаткування, на ваш погляд, є основними?

Завдання 3.

Фізична особа-підприємець функціонує на єдиному податку першої групи.

Питання до обговорення.

1. Які податки повинен сплачувати ФОП?
2. Скільки складає сума єдиного податку?
3. Скільки складе мінімальний та максимальний страховий внесок (ЄСВ)?
4. Яка загальна сума податкового навантаження у ФОП за місяць та за рік функціонування?

Завдання 4.

Фізична особа-підприємець функціонує на єдиному податку другої групи.

Питання до обговорення.

1. Які податки повинен сплачувати ФОП?
2. Скільки складає сума єдиного податку?
3. Скільки складе мінімальний та максимальний страховий внесок (ЄСВ)?
4. Яка загальна сума податкового навантаження у ФОП за місяць та за рік функціонування?

Завдання 5.

Юридична особа є платником ЄП за ставкою 5% і має такі показники господарської діяльності у звітному періоді:

- 1) чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт послуг) – 1020 тис. грн;
- 2) виробнича собівартість реалізації продукції (товарів, робіт послуг) – 540 тис. грн;
- 3) адміністративні витрати – 75 тис. грн;
- 4) витрати на збут – 15 тис. грн.

Питання до обговорення.

1. Скільки складає сума єдиного податку?
2. Скільки складає сума податку на прибуток?
3. Чи збільшиться податкове навантаження якщо підприємство вирішить перейти на загальну систему оподаткування?
4. Чи вигідно підприємству переходити на загальну систему оподаткування?

Завдання 6.

Світовий досвід оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності.

Питання до обговорення.

1. Яка система оподаткування традиційно існує у Німеччині? Що покладено в основу цієї системи?
2. Яка система оподаткування діє у Франції? Які ставки податку на особистий дохід і дохід компаній існують?
3. Досвід якої країни, на ваш погляд, є найбільш прийнятним для України?
4. Чи можна, на ваш погляд, впровадити досвід Польщі в побудові податкової системи України?



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Система оподаткування України.
2. Сутність податків. Основні принципи оподаткування.
3. Прямі податки.
4. Непрямі податки.
5. Контроль над сплатою податків.
6. Оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності – фізичних осіб.
7. Оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності – юридичних осіб.
8. Спрощена система оподаткування, обліку і звітності суб'єктів господарювання.
9. Оптимізація оподаткування заробітної плати.
10. Заробітна плата як об'єкт оподаткування.
11. Розміри нарахувань на заробітну плату в зарубіжній практиці.
12. Порівняльна характеристика особливостей застосування загальної і спрощеної систем оподаткування.
13. Функції податків.
14. Податкові системи зарубіжних країн.
15. Стимулююча функція податків.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Доброва Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
2. Податковий Кодекс України від 2.12.2010 року № 2755-VI (редакція від 01.07.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

3. Про застосування реєстраторів розрахункових операцій у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг: Закон України від 6.07.1995 року №265/95-ВР (редакція від 18.03.2020 р). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/265/95-%D0%B2%D1%80#Text>.

4. Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування: Закон України від 08.07.2010 р. № 2464 – VI (редакція від 1.07.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2464-17#Text>.

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо функціонування електронного кабінету та спрощення роботи фізичних осіб-підприємців: Закон України від 14 липня 2020 р.

ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 12.1. Основні положення процедури державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.
- 12.2. Порядок державної реєстрації фізичної особи-підприємця.
- 12.3. Порядок державної реєстрації юридичної особи.
- 12.4. Особливості державної реєстрації фермерського господарства.

 **Основні поняття та терміни:** державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності, Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, суб'єкти реєстрації, суб'єкти державної реєстрації, уповноважена особа суб'єкта державної реєстрації, виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, державна реєстрація фізичної особи-підприємця, книга обліку доходів, державна реєстрація юридичної особи, місцезнаходження юридичної особи, фермерське господарство.

12.1. Основні положення процедури державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності

Обов'язковою умовою здійснення всіх видів підприємницької діяльності кожним підприємцем є державна реєстрація суб'єктів підприємництва. Вона означає необхідність проходження підприємцем певної процедури, яка підтверджується свідоцтвом про реєстрацію.

Реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності в Україні регламентується відповідною нормативно-правовою базою. Основним нормативно-законодавчим актом є Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» (від 15.05.2003 р. № 755-IV).

Відповідно до національного законодавства **державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності** – письмовий запис або фіксація фактів створення або припинення юридичної особи, набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою з метою їх державного обліку та контролю. *Мета державної реєстрації* – облік, накопичення і контроль відомостей про суб'єктів підприємницької діяльності.

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності засвідчує факт створення або припинення підприємницької діяльності. Проводиться державна реєстрація шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (далі – Єдиний державний реєстр) – єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Держателем Єдиного державного реєстру є Міністерство юстиції України.

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності базується на певних принципах. Основні з них представлені на рис. 12.1.

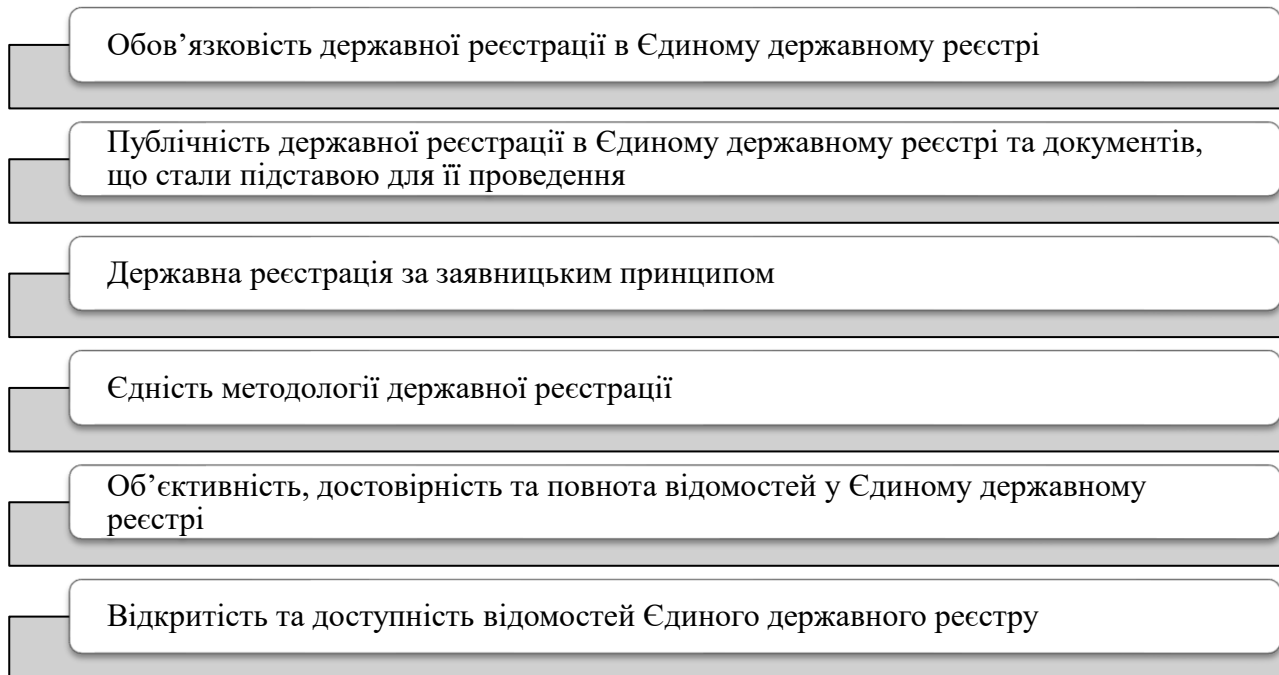


Рис. 12.1 – Принципи державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності

Державна реєстрація проводиться за місцезнаходженням юридичної особи чи громадського формування, що не має статусу юридичної особи, а фізичних осіб-підприємців незалежно від їх місця знаходження.

Державну реєстрацію здійснюють:

- державні реєстратори (суб'єкти державної реєстрації) – виконавчі органи сільських, селищних та міських рад, державні адміністрації;
- уповноважені особи суб'єкта державної реєстрації;
- нотаріуси.

Уповноважена особа суб'єкта державної реєстрації – посадова особа чи особа, яка перебуває у трудових відносинах із суб'єктом державної реєстрації, що відповідно до законодавства отримала ідентифікатор доступу до Єдиного державного реєстру виключно для цілей прийняття та повернення документів для державної реєстрації. Уповноваженою особою може бути громадянин України, який має вищу освіту, відповідає кваліфікаційним вимогам, що визначені Міністерством юстиції України, та перебуває у трудових відносинах з суб'єктом державної реєстрації.

Формування та подання документів, необхідних для проведення державної реєстрації юридичних осіб або фізичних осіб-підприємців виконується через Реєстраційний портал.

Документи для державної реєстрації можуть подаватися у паперовій або електронній формі (рис. 12.2).

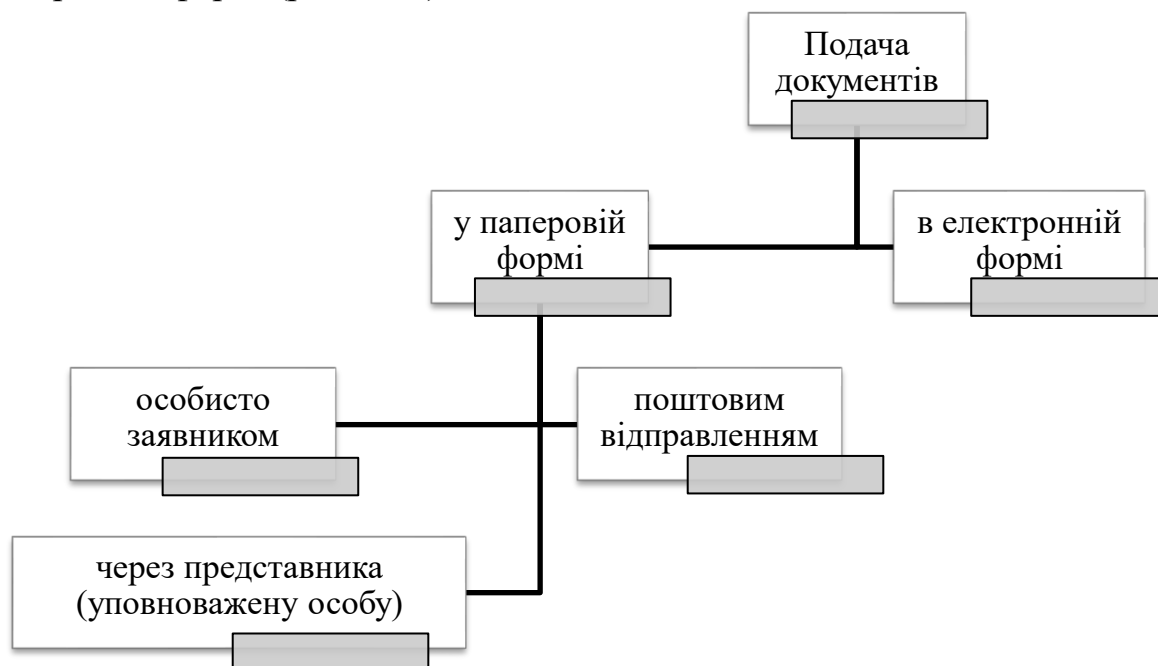


Рис. 12.2 – Можливості подачі документів для державної реєстрації

У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням. Документи у паперовій формі може подавати заявник або його представник. Документи в паперовій формі приймаються за описом, примірник якого в день їх надходження видається заявнику з відміткою про дату їх отримання та кодом доступу в той спосіб, відповідно до якого були подані документи.

У разі якщо майбутній підприємець подає реєстраційні документи державному реєстратору особисто, він має пред'явити документ, що відповідно до закону посвідчує особу (наприклад, паспорт громадянина України). Коли такі документи подають державному реєстратору поштовим відправленням, справжність підпису заявника на заяві про державну реєстрацію має бути нотаріально засвідчена. Якщо ж реєстраційні документи подають через представника, необхідно додатково надати примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) документа, що підтверджує його повноваження (крім випадку, коли відомості про повноваження цього представника містяться в Єдиному державному реєстрі).

Документи в електронній формі подаються заявником через портал електронних сервісів у порядку, визначеному Міністерством юстиції України в Порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, за умови

підписання заявником заяви з використанням засобів електронної ідентифікації з високим рівнем довіри.

Порядок проведення електронної реєстрації регулюється Наказом Міністерства юстиції України від 19.08.2011 № 2010/5 "Про затвердження Порядку подання та обігу електронних документів державному реєстратору", зареєстрований в Міністерстві юстиції України 23.08.2011 за № 997/19735.

Для електронної реєстрації доступна спеціальна програма, яку можна безкоштовно скачати на сайті ДП «Інформаційно-ресурсний центр» (<http://irc.gov.ua/ua/Elektronna-reiestratsiya.html>). Там же зазначені правила використання цієї програми. Відкривши програму, необхідно спочатку створити реєстраційний пакет документів (передбачені окремі пакети для фізичної особи та юридичної особи). У робочій області реєстраційного пакету необхідно активувати розділ «Карта», в якому заповнити всі поля, виділені жовтим кольором (так, по суті, буде заповнена реєстраційна картка). Далі слід перейти в розділ «Документи», в якому спочатку слід вибрати вид документа, а потім – прикріпити відповідний файл.

Порядок проведення державної реєстрації включає:

- 1) заповнення форми заяви про державну реєстрацію – у разі подання документів особисто заявником (за бажанням заявника);
- 2) прийом документів за описом – у разі подання документів у паперовій формі;
- 3) виготовлення копій документів в електронній формі – у разі подання документів у паперовій формі;
- 4) внесення копій документів в електронній формі до Єдиного державного реєстру;
- 5) перевірку документів на наявність підстав для зупинення розгляду документів;
- 6) перевірку документів на наявність підстав для відмови в державній реєстрації;
- 7) проведення реєстраційної дії (у тому числі з урахуванням принципу мовчазної згоди) за відсутності підстав для зупинення розгляду документів та відмови в державній реєстрації шляхом внесення запису до Єдиного державного реєстру;
- 8) формування та оприлюднення на порталі електронних сервісів виписки, результатів надання адміністративних послуг у сфері державної реєстрації та установчих документів;
- 9) видача за бажанням заявника виписки з Єдиного державного реєстру у паперовій формі за результатами проведеної реєстраційної дії (у разі подання заяви про державну реєстрацію у паперовій формі).

З метою спрощення реєстраційної процедури, забезпечення зручного та інтуїтивного пошуку необхідної форми заяви, полегшення та прискорення процесу заповнення відповідних документів Міністерством юстиції України затверджено нові форми заяв, що подаються для державної реєстрації та які почали діяти з 1 червня 2020 року. Важливо, що замість 24-х форм заяв з 1

червня 2020 року використовуються лише дев'ять – вони згруповані переважно за видом особи, щодо якої проводяться реєстраційні дії.

Основні правила оформлення заяв, що подаються для державної реєстрації, такі:

1) текст заяви має бути написаний розбірливо (машинодруком або від руки друкованими літерами);

2) якщо певна сторінка заяви не заповнюється через відсутність відомостей, що містяться на ній, така сторінка не підписується заявником і не подається;

3) друк заяви може здійснюватися з обох сторін аркуша;

4) при обранні певних полів у заяві проставляється знак «V» або інший подібний знак, що свідчитиме про обрання певного поля;

5) заповнення у заяві більше відомостей, ніж необхідно, не заборонено та не є підставою для зупинення розгляду документів.

Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності здійснюється шляхом видачі органом державної реєстрації виписки з єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Відомості про зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності, які включені до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, доступні на веб-сайтах Міністерства юстиції України (<https://usr.minjust.gov.ua>) та державного підприємства «Інформаційно-ресурсний центр» (<http://irc.gov.ua>).

Рішення про реєстрацію повинно містити:

- дату: число, місяць, рік;
- прізвище, ім'я та по батькові державного реєстратора;
- назву поданої заяви;
- повне найменування або прізвище, ім'я, по батькові заявника;
- прийняте державним реєстратором рішення;
- підпис державного реєстратора.

Для того, щоб отримати витяг з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань необхідно надати:

- запит про надання витягу;
- документ, що підтверджує внесення плати за отримання відповідних відомостей;
- у разі подання запиту уповноваженою особою пред'являється документ, що підтверджує її повноваження;
- пред'являється документ, що посвідчує особу заявника (уповноважену особу).

Відомості, що містяться в Єдиному державному реєстрі, надаються у паперовій або електронній формі (рис. 12.3).

Плата за одержання витягу Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців в паперовій формі справляється у розмірі 0,05 від прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленому законом на 01 січня календарного року, в якому подається запит про надання витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та

округлюється до найближчих 10 гривень. В електронній формі справляється плата в розмірі 75 відсотків плати, встановленої за надання витягу в паперовій формі.

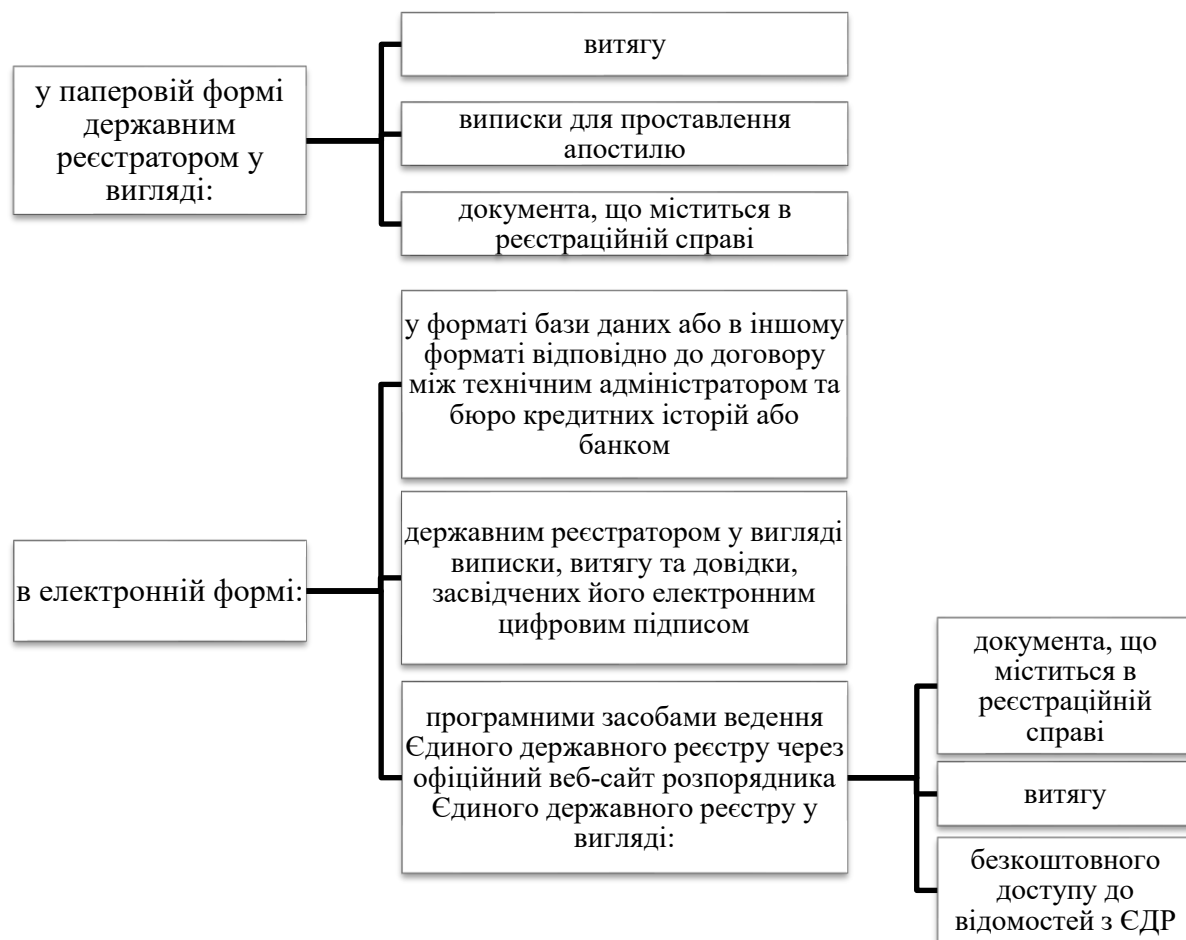


Рис. 12.3 – Отримання відомостей з реєстру

Після державної реєстрації суб'єкти бізнесу вже можуть здійснювати підприємницьку діяльність.

12.2. Порядок державної реєстрації фізичної особи-підприємця

Зареєструватися підприємцем можуть особи, які досягли 18. Разом з тим, законодавство надає можливість реєструватися підприємцем і з 16 років, однак для цього потрібна письмова згода батьків (усиновлювачів), піклувальника чи органу опіки та піклування.

Державна реєстрація проводиться на підставі документів, поданих заявником, шляхом звернення до суб'єкта державної реєстрації чи нотаріуса (далі – державний реєстратор).

Процедуру реєстрації фізичної особи-підприємця можна умовно поділити на такі етапи, що представлені на рис. 12.4.

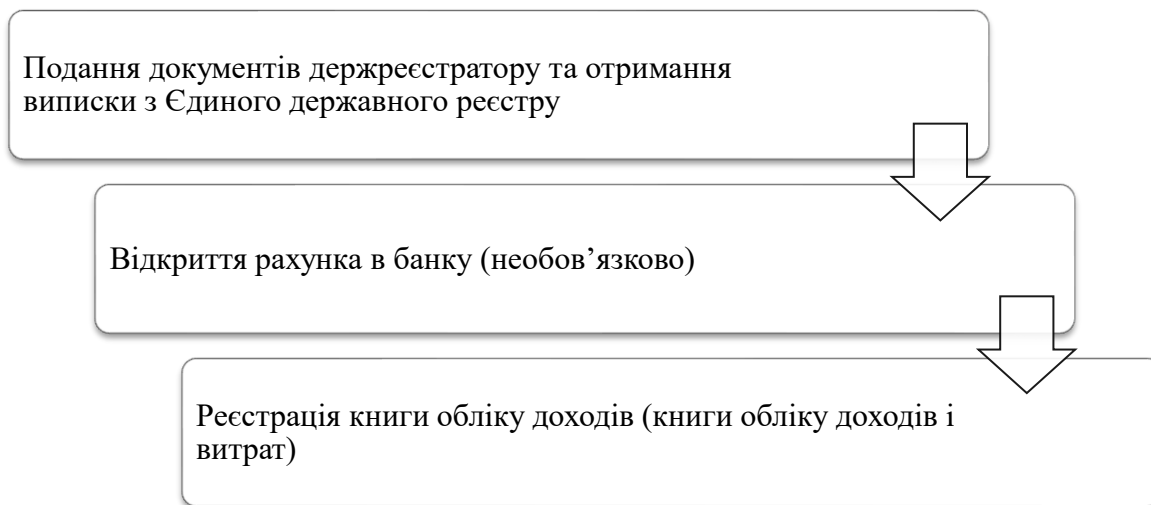


Рис. 12.4 – Процедура реєстрації фізичної особи-підприємця

Реєстрацію фізичних осіб-підприємців уповноважені здійснювати:

- виконавчі органи сільських, селищних місцевих рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації (у разі прийняття відповідною радою рішення про наділення такими повноваженнями);
- нотаріуси;
- акредитовані суб'єкти (юридичні особи публічного права, які мають акредитацію Міністерства юстиції України).

Реєстрацію як ФОП для осіб, які зареєстровані та переселилися з території проведення антитерористичної операції в період її проведення, здійснює державний реєстратор за адресою їх тимчасового проживання без вимоги наявності реєстрації місця проживання за місцем проведення реєстраційних дій.

Реєстрація внутрішньо переміщеної особи (у тому числі осіб, які перемістилися з тимчасово окупованої території) як ФОП здійснюється за її заявою та спрощеною процедурою (без вимог, що застосовуються за звичайної процедури) за місцем проживання такої особи у відповідному територіальному органі, уповноваженому здійснювати державну реєстрацію фізичних осіб-підприємців, на підставі довідки про взяття на облік внутрішньо переміщеної особи.

Для державної реєстрації фізичної особи підприємцем подаються такі документи:

- 1) заява про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця, в якій може зазначатися прохання про реєстрацію такої особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування;
- 2) нотаріально засвідчена письмова згода батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування – для фізичної особи, яка досягла

шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності;

3) договір (декларація) про створення сімейного фермерського господарства – у разі державної реєстрації фізичної особи, яка самостійно або з членами сім'ї створює сімейне фермерське господарство відповідно до Закону України «Про фермерське господарство».

Інші додаткові документи для проведення реєстраційних дій вимагати заборонено. Утім, зважаючи на практику, заявнику може знадобитися ще й копія документа про присвоєння реєстраційного номера облікової картки платника податків.

Під час подання реєстраційних документів через представника необхідно долучити нотаріально засвідчену копію документа, що підтверджує його повноваження (наприклад, нотаріально засвідчену копію довіреності).

Як альтернативу можна використати онлайн-реєстрацію підприємцем. Для ідентифікації фізичної особи за таких обставин використовується електронний цифровий підпис. Тобто на момент подання всіх необхідних реєстраційних документів через електронний сервіс Мін'юсту необхідно отримати електронний цифровий підпис. Заява в електронній формі подається заявником з долученням до неї оригіналів документів для державної реєстрації в електронній формі, передбачених законодавством. Моментом прийняття заяви та документів для державної реєстрації в електронній формі вважається дата і час реєстрації заяви у Єдиному державному реєстрі.

Реєстрація заяв в електронній формі проводиться в порядку черговості їх надходження, у тому числі з урахуванням заяв, що подаються в паперовій формі.

Приклад заповнення заяви про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця наведено у Додатку Н.

Для провадження підприємницької діяльності зареєстрованому підприємцю необхідно також стати на облік:

- в податкових органах – як платник податків і зборів;
- у Пенсійному фонді – як платник ЄСВ;
- в органах статистики.

Взяття на облік не вимагає від підприємця суттєвих зусиль, адже цей процес відбувається автоматично без участі підприємця. Державний реєстратор після внесення відомостей про реєстрацію фізичної особи-підприємця до Єдиного державного реєстру, тобто в день проведення реєстраційної дії, самостійно передає інформацію про реєстрацію підприємницької діяльності до органів Державної фіскальної служби, Пенсійного фонду й статистики для постановки на облік (рис. 12.5).

Узяття на облік підприємця в податкових органах за основним місцем обліку проводиться в день отримання від державного реєстратора відомостей про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця та здійснюється датою внесення даних до Реєстру самозайнятих осіб. Цього ж дня податкова передає назад державному реєстратору інформацію про постановку підприємця на облік.

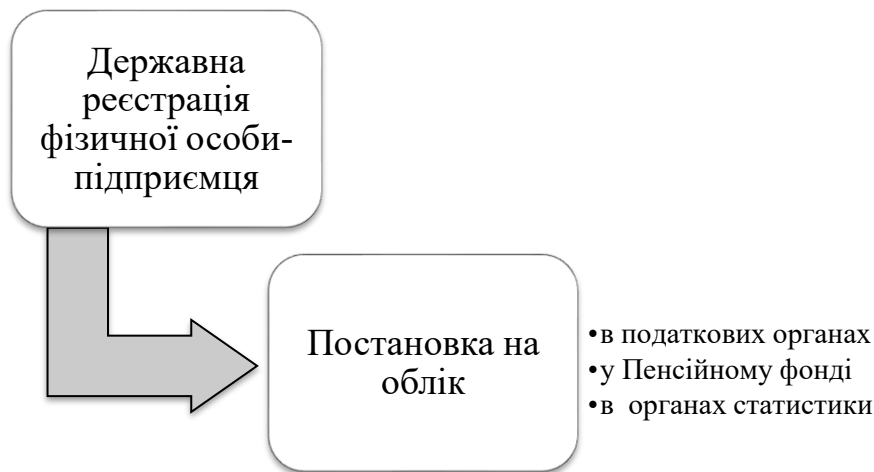


Рис. 12.5 – Наслідки звернення підприємця до державного реєстратора

Власне, підприємцю до органу Державної фіскальної служби (далі – ДФС) йти не потрібно. Взяття на облік відбувається автоматично, інформація про це вказується у виписці з Єдиного державного реєстру, яку підприємець отримує від державного реєстратора.

Як відмічалось вище, разом із реєстраційною заявою на проведення держреєстрації майбутній підприємець може подати державному реєстратору й заяву щодо обрання спрощеної системи оподаткування. За таких обставин державний реєстратор передає до органівДФС разом із відомостями про проведення держреєстрації підприємницької діяльності копію заяви про обрання спрощеної системи оподаткування в електронній формі. У такому випадку орган ДФС здійснює реєстрацію підприємця як платника єдиного податку протягом двох робочих днів із дати отримання нею електронної копії заяви.

За бажанням зареєстрований платник єдиного податку може безоплатно та безумовно отримати витяг із реєстру платників єдиного податку. Цей витяг підтверджує підприємницький статус єдинника, однак таку інформацію можна перевірити в будь-який момент на сайті ДФС у реєстрі платників єдиного податку. Строк надання витягу не має перевищувати одного робочого дня із дня надходження запиту. Витяг діє до внесення змін у реєстр.

Якщо підприємець бажає стати платником ПДВ, він або подає відповідну заяву про добровільну реєстрацію як платника ПДВ разом із реєстраційною заявою державному реєстратору, або згодом особисто до органів ДФС за місцезнаходженням (місцем проживання) особи.

За відсутності підстав для відмови в реєстрації особи як платника ПДВ контролюючий орган зобов'язаний протягом трьох робочих днів після надходження реєстраційної заяви до контролюючого органу внести до реєстру платників податку запис про реєстрацію такої особи як платника ПДВ.

Узяття на облік фізичної особи-підприємця в Пенсійному фонді за місцем проживання особи як платника ЄСВ здійснюється не пізніше наступного робочого дня із дня отримання зазначених відомостей органами

Пенсійного фонду від державного реєстратора. Узяття на облік підприємців підтверджується випискою з Єдиного державного реєстру, що видається підприємцеві державним реєстратором. У виписці вказується також присвоєний підприємцеві клас професійного ризику виробництва. Тому для підприємців, які мають виписку із Єдиного державного реєстру, немає потреби отримувати повідомлення про взяття їх на облік у Пенсійному фонді та присвоєння класу профризикі. Таке повідомлення за формою № 2-ЄСВ надсилається (вручається) контролюючим органом тим платникам ЄСВ, на яких не поширюється дія Закону № 755.

Щодо *постановки на облік в органах статистики*, то вона відбувається також без участі підприємця. У виписці з Єдиного державного реєстру вказуються дата й номер запису про взяття підприємця на облік в органі статистики.

Після отримання інформації від органів ДФС, Пенсійного фонду та статистики про взяття підприємця на облік державний реєстратор формує виписку із Єдиного державного реєстру.

Нині отримати виписку з Єдиного державного реєстру з даними про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця та взяття на облік в органах ДФС можна не пізніше наступного робочого дня з дня подання відповідних реєстраційних документів державному реєстратору. Таку виписку розміщують на порталі електронних сервісів у день проведення державної реєстрації. Якщо заяву про держреєстрацію подавали в паперовій формі, за бажанням заявника виписку з Єдиного державного реєстру нададуть у паперовій формі.

Перелік інформації, яку вказують у виписці з Єдиного державного реєстру чітко визначено законодавством. Серед іншого у виписці з Єдиного державного реєстру відображають:

- номер, дату й час формування виписки;
- відомості про державного реєстратора, який сформував виписку;
- ім'я та по батькові (за наявності) фізичної особи-підприємця;
- реєстраційний номер облікової картки платника податків або серію та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта) фізичної особи-підприємця;
- місцезнаходження (місце проживання або іншу адресу, за якою здійснюється зв'язок із фізичною особою-підприємцем) фізичної особи-підприємця;
- відомості, отримані в порядку інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром та інформаційними системами державних органів:

1) дату запису про взяття на облік, назву й ідентифікаційний код органу державної статистики, у якому фізична особа-підприємець перебуває на обліку;

2) дату й номер запису про взяття на облік як платника податків і зборів, платника єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, назву й ідентифікаційний код органу ДФС, у якому фізична особа-підприємець перебуває на обліку;

3) клас професійного ризику виробництва платника єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування за основним видом його економічної діяльності;

4) дату й номер запису в Єдиному державному реєстрі про проведення державної реєстрації фізичної особи-підприємця;

5) види діяльності;

6) інформацію для здійснення зв'язку з фізичною особою — підприємцем: телефон, адресу електронної пошти.

Фізичні особи-підприємці мають право (але не зобов'язані) відкривати рахунки в банках для провадження підприємницької діяльності. Наявність підприємницького поточного рахунка в одному банку не позбавляє підприємця права відкривати такі рахунки в інших банках, якщо вони йому потрібні. За законодавством забороняється використовувати поточні рахунки фізичних осіб (непідприємців) для здійснення операцій, пов'язаних із провадженням підприємницької та незалежної професійної діяльності. Отже, поточний рахунок, відкритий на звичайну фізичну особу, підприємець не може використовувати для проведення операцій, пов'язаних із провадженням підприємницької діяльності.

Незалежно від обраної системи оподаткування, підприємці мають вести облік результатів своєї господарської діяльності у книзі обліку доходів.

Книга доходів і витрат підприємця – це своєрідна відомість податкового обліку, до якої заносяться господарські операції, які підлягають оподаткуванню.

Для фізичних-осіб підприємців на єдиному податку законодавством передбачено дві форми книги обліку:

1 тип – книга обліку доходів і витрат, яку ведуть фізичні особи-підприємці платники єдиного податку I, II, III та IV грп, які не платять податок на додану вартість.

2 тип – книга обліку доходів і витрат, яку ведуть фізичні особи-підприємці платники єдиного податку III та IV грп, які платять податок на додану вартість.

Книга ведеться за вибором платника податку в паперовому або в електронному вигляді.

У разі обрання підприємцем ведення книги в електронній формі йому попередньо необхідно отримати посилені сертифікати відкритих ключів, сформовані акредитованими центрами сертифікації ключів, й укласти договір про визнання електронних документів з контролюючим органом.

Фізичні особи-підприємці зобов'язані зареєструвати книги в органі ДФС, у якому вони перебувають на обліку.

12.3. Порядок державної реєстрації юридичної особи

Першим кроком до легалізації підприємства є його державна реєстрація як суб'єкта підприємницької діяльності – юридичної особи.

Для здійснення державної реєстрації необхідно звернутися до виконавчого комітету міської, районної у місті ради або до районної державної адміністрації (органу державної реєстрації) за місцезнаходженням підприємства.

Місцезнаходженням підприємства вважається місцезнаходження (розміщення) його постійного керівного органу (дирекції, правління тощо). Місцезнаходженням підприємства на дату його державної реєстрації може бути:

- місцезнаходження (місце проживання) одного із засновників підприємства;
- місцезнаходження за іншою адресою, що підтверджується договором, який передбачає передачу засновникові підприємства у власність або в користування приміщення або його частини.

Для проведення державної реєстрації новоутвореної юридичної особи до органу державної реєстрації подаються засновник або уповноважена ним особа повинна особисто подати (надіслати поштовим відправленням з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) такі документи:

- 1) заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи;
- 2) примірник оригіналу або нотаріально засвідчену копію рішення засновників про створення юридичної особи;
- 3) установчі документи в повному обсязі для створюваної організаційно-правової форми суб'єкта підприємницької діяльності відповідно до вимог законодавства (наприклад, статут, положення або засновницький договір);
- 4) документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи. У разі подання електронних документів для проведення державної реєстрації юридичної особи підтвердженням внесення плати за проведення державної реєстрації юридичної особи є примірник електронного розрахункового документа, засвідченого електронним цифровим підписом;
- 5) інформація з документами, що підтверджують структуру власності засновників – юридичних осіб, яка дає змогу встановити фізичних осіб – власників істотної участі цих юридичних осіб;

б) паспорт особи, що надає документи, а у випадку подання документів уповноваженою особою – документ, що засвідчує повноваження уповноваженої особи.

Треба відзначити, що є особливості з реєстрації юридичної особи, якщо мають місце окремі обставини, які зазначені на рис. 12.6.



Рис. 12.6 – Особливі випадки реєстрації юридичної особи

У всіх цих випадках необхідно мати додаткові документи, перелік яких є також вичерпним та наведений у Законі України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань».

Так, залежно від умов створення юридичної особи додатково подається:

- документ, що засвідчує сплату власником внеску до статутного фонду, у розмірі, що передбачений законом – у разі державної реєстрації юридичної особи, для якої законом встановлено вимоги щодо формування статутного фонду;
- документ, що підтверджує реєстрацію іноземної особи у країні її місцезнаходження (витяг із торговельного, банківського, судового реєстру тощо) – у разі державної реєстрації юридичної особи, засновником якої є іноземна юридична особа;
- примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) передавального акта – у разі створення юридичної особи в результаті перетворення, злиття;
- примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) розподільчого балансу – у разі створення юридичної особи в результаті поділу або виділу;
- документи для державної реєстрації змін про юридичну особу, що містяться в ЄДР, визначені Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань" – у разі створення юридичної особи в результаті виділу;
- документи для державної реєстрації припинення юридичної особи в результаті злиття та поділу – у разі створення юридичної особи в результаті злиття та поділу;

– копія рішення органів Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України про надання дозволу на узгоджені дії або на концентрацію суб'єктів господарювання.

Державному реєстратору забороняється вимагати додаткові документи для проведення державної реєстрації юридичної особи.

Документи, які подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, приймаються за описом, копія якого в день надходження документів видається (надсилається рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі з відміткою про дату надходження документів.

Під час заповнення заяви для реєстрації юридичної особи необхідно врахувати низку особливостей. Так, встановлені вимоги до найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу:

1. Найменування юридичної особи повинно містити інформацію про її організаційно-правову форму та назву.

2. Організаційно-правова форма юридичної особи визначається відповідно до класифікації організаційно-правових форм господарювання, затвердженої центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері технічного регулювання.

3. Назва юридичної особи може складатися з власної назви юридичної особи, а також містити інформацію про мету діяльності, вид, спосіб утворення, залежність юридичної особи та інші відомості згідно з вимогами до найменування окремих організаційно-правових форм юридичних осіб, установленними Цивільним та Господарським кодексами України.

4. Найменування юридичної особи не може бути тотожним найменуванню іншої юридичної особи.

5. У найменуванні юридичних осіб забороняється використовувати:

– повне чи скорочене найменування державних органів або органів місцевого самоврядування, або похідні від цих найменувань, або історичні державні найменування, перелік яких установлює Кабінет Міністрів України, - у найменуваннях юридичних осіб приватного права;

– символіку комуністичного та/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів;

– терміни, аббревіатури, похідні терміни, заборона використання яких передбачена законом.

Юридична особа може використовувати свою символіку, наприклад, емблему. Така символіка теж підлягає державній реєстрації.

Подання заяв в частині обрання спрощеної системи оподаткування та/або добровільної реєстрації як платника податку на додану вартість та/або включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій здійснюється з дня розміщення на вебсайті Міністерства юстиції України відповідного оголошення про можливість обрання спрощеної системи оподаткування та/або добровільної реєстрації як платника податку на додану вартість та/або включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій шляхом заповнення відповідних сторінок заяв. Тобто з 1 червня 2020 року потрібно дочекатися спеціального оголошення Мін'юсту про подання відповідної заяви. До появи такого оголошення у разі

виявлення заявником бажання обрати спрощену систему оподаткування та/або зареєструватися платником податку на додану вартість та/або включитися до Реєстру неприбуткових установ та організацій слід подавати окрему реєстраційну заяву.

Приклад заповнення заяви про державну реєстрацію юридичної особи наведено у Додатку О.

12.4. Особливості державної реєстрації фермерського господарства

Аграрний напрям для України – один з найбільш перспективних і активно функціонуючих. Цьому певним чином сприяють сприятливі кліматичні умови, і родючі ґрунти на більшій частині території України. Тому багато бізнесменів дивляться в бік сільського господарства.

Відповідно, одним з пріоритетних напрямів державного регулювання є розвиток і підтримка аграрної сфери. При цьому окрім великих агропромислових структур, переважним напрямом діяльності яких є експорт продукції, все більший розвиток отримує сегмент малого бізнесу і індивідуальна господарська діяльність у сфері товарного сільськогосподарського виробництва, у тому числі, фермерське господарство.

Фермерське господарство – це форма підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства.

Фермерське господарство може бути створене в одній із двох організаційно-правових форм за рішенням власника, а саме як:

- юридична особа;
- фізична особа-підприємець.

Фермерське господарство діє на основі установчого документа. Якщо фермерське господарство створюється зі статусом юридичної особи, його установчим документом буде статут, а якщо без такого статусу – договір про створення сімейного фермерського господарства або декларація про створення сімейного фермерського господарства.

Інформація, що міститься в установчому документі фермерського господарства, представлена на рис. 12.7.

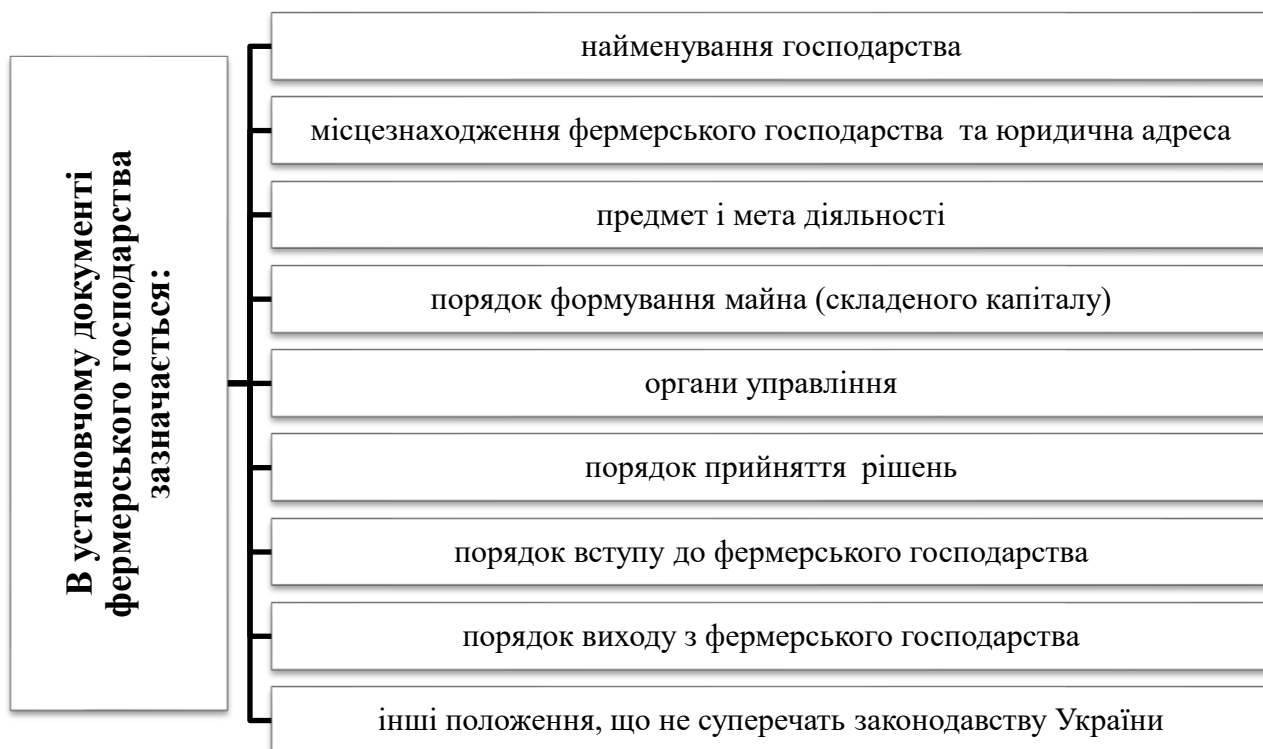


Рис. 12.7 – Складові установчого документу фермерського господарства

На створення фермерського господарства має право кожен дієздатний громадянин України, що досяг 18 років. При цьому засновувати фермерське господарство може як один, так і декілька громадян України. Головне, щоб усі засновники були родичами або членами сім'ї відповідно до законодавства України. Особи, які не є громадянами України, створити фермерське господарство не можуть.

Особа, яка виявила бажання створити фермерське господарство на землях, отриманих у власність чи користування зі складу земель державної чи комунальної власності, повинна мати досвід роботи у сільському господарстві або освіту, здобуту в аграрному навчальному закладі. Перелік документів, що підтверджують досвід роботи у сільському господарстві. Такими документами є:

- виписка з трудової книжки громадянина із записами, які підтверджують стаж роботи в сільському господарстві;
- архівна довідка, що містить інформацію про стаж роботи громадянина в сільському господарстві, видана на підставі архівних документів із зазначенням їх пошукових даних;
- копія трудового договору (угоди) між працівником і власником підприємства, організації, уповноваженим ним органом чи фізичною особою, за яким (якою) працівник виконував роботи (надавав послуги) у сільському господарстві;
- виписка з погосподарської книги про ведення особистого селянського господарства або участь у веденні особистого селянського господарства;

– відомості з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців про види економічної діяльності у галузі сільського господарства, що здійснюються фізичною особою-підприємцем.

При створенні фермерського господарства зазначені вище вимоги висуваються лише до особи, яка виступає засновником фермерського господарства, та яка буде набувати права на земельну ділянку для ведення фермерського господарства. Засновник фермерського господарства після його реєстрації набуває статусу голови фермерського господарства, а інші члени сім'ї, за умови їх згоди, стають членами цього господарства. Головою сімейного фермерського господарства може бути лише член відповідної сім'ї. Особа, що є головою фермерського господарства, а також члени такого господарства повинні бути зазначені у статуті фермерського господарства, якщо таке воно створюється у формі юридичної особи. При створенні фермерського господарства — юридичної особи одним із членів сім'ї, інші члени сім'ї, а також родичі можуть стати членами цього господарства після внесення змін до його статуту.

Відповідно до ст. 3 Закону України «Про фермерське господарство» членами фермерського господарства можуть бути подружжя, їх батьки, діти, які досягли 14-річного віку, інші члени сім'ї, родичі, які об'єдналися для спільного ведення фермерського господарства, визнають і дотримуються положень статуту фермерського господарства. До членів сім'ї та родичів голови фермерського господарства Закон України «Про фермерське господарство» відносить дружину (чоловіка), батьків, дітей, бабу, діда, прабабу, прадіда, внуків, правнуків, мачуху, вітчима, падчерку, пасинка, рідних та двоюрідних братів та сестер, дядька, тітку, племінників як голови фермерського господарства, так і його дружини (її чоловіка), а також осіб, які перебувають у родинних стосунках першого ступеня споріднення з усіма вищезазначеними членами сім'ї та родичами (батьків такої особи та батьків чоловіка або дружини, її чоловіка або дружину, дітей як такої особи, так і її чоловіка або дружини, у тому числі усиновлених ними дітей). Членами фермерського господарства не можуть бути особи, які працюють у ньому за трудовим договором (контрактом).

Процедура реєстрації фермерського господарства аналогічна процедурі реєстрації будь-якої іншої юридичної особи або фізичної-особи підприємця, за винятком однієї особливості. Фермерське господарство підлягає держреєстрації тільки за умови набуття громадянами — засновниками фермерського господарства права власності або користування земельною ділянкою. Відтак, при створенні фермерського господарства наявність власної або орендованої земельної ділянки є обов'язковою умовою.

Отже, порядок створення фермерського господарства включає два етапи, які представлені на рис. 12.8.



Рис. 12.8 – Порядок створення фермерського господарства

Землями фермерського господарства можуть виступати земельні ділянки, які:

- 1) перебувають у приватній власності членів фермерського господарства;
- 2) перебувають у власності фермерського господарства як юридичної особи;
- 3) використовуються фермерським господарством на умовах оренди.

Особа, що бажає створити фермерське господарство, може отримати земельну ділянку для ведення фермерського господарства зі складу земель державної чи комунальної власності у власність або оренду. Для отримання у власність або оренду земельної ділянки потенційний фермер повинен звернутися із заявою в місцеву раду, якщо бажана земельна ділянка розташована на території населеного пункту і відноситься до земель комунальної власності, або до відповідної районної державної адміністрації, якщо земельна ділянка відноситься до земель державної власності і розташований за межами населеного пункту. При цьому необхідно обґрунтувати розміри бажаної земельної ділянки виходячи з перспектив діяльності і розвитку майбутнього фермерського господарства, розташування земельної ділянки, вказати кількість членів майбутнього господарства і права у них на безкоштовне отримання земельних ділянок у власність.

Громадяни можуть безоплатно отримати у власність земельну ділянку із земель державної або комунальної власності для ведення фермерського господарства у межах норм безоплатної приватизації. Також громадяни України мають право на безоплатну передачу їм земельних ділянок із земель державної або комунальної власності для ведення фермерського господарства в розмірі земельної частки (паю), визначеної для членів сільськогосподарських підприємств, розташованих на території сільської, селищної, міської ради, де знаходиться фермерське господарство. Якщо на території сільської, селищної, міської ради розташовано декілька сільськогосподарських підприємств, розмір земельної частки (паю) визначається як середній по цих підприємствах. У разі відсутності сільськогосподарських підприємств на території відповідної ради розмір земельної частки (паю) визначається як середній по району. Розміри земельної ділянки, яка може бути надана в оренду для ведення фермерського господарства, в чинному законодавстві не обмежуються.

Заява про виділення земельної ділянки розглядається в місячний термін і у разі його задоволення дається дозвіл на підготовку проекту відведення земельної ділянки. При цьому новим фермерським господарствам надається пільга – проект відведення земельної ділянки розробляється за рахунок Українського державного фонду підтримки фермерських господарств. Після узгодження і затвердження проекту відведення земельної ділянки земля передається у власність або оренду. Якщо члени майбутнього фермерського господарства ще не реалізували своє право за земельну частку (пай), ним можуть бути безкоштовно виділені у власність передані їм в користування земельні ділянки у розмірі земельного паю члена сільськогосподарського підприємства, що знаходиться на території відповідної сільської або селищної ради. У разі виникнення труднощів в оформленні виділення земельних ділянок в порядку, передбаченому законом, наприклад, у разі відмови місцевої ради або районної державної адміністрації оформити права на землю, вирішити це питання можна також в судовому порядку.

Окрім безкоштовно виділених земельних ділянок із складу земель державної або комунальної власності, а також орендованої землі, фермерське господарство теоретично може придбати додатково землю за договором купівлі-продажу.

Якщо особа має у власності земельну ділянку для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва чи особистого селянського господарства, яка була набута шляхом успадкування, виділення у натурі (на місцевості) земельної частки (паю), укладення цивільно-правової угоди, права на яку оформлені відповідно до чинного законодавства, вона не зобов'язана звертатися до органів державної влади чи місцевого самоврядування із заявою про надання прав на землю та може безпосередньо подавати документи для здійснення державної реєстрації фермерського господарства до уповноважених органів.

За умови обов'язкової наявності документів, що підтверджують майнові права засновника фермерського господарства на земельну ділянку (державний акт на право власності або договір оренди) можлива державна реєстрація фермерського господарства.

Для державної реєстрації фермерського господарства **зі статутom юридичної особи** необхідно подати державному реєстратору такий перелік документів:

- 1) заява про державну реєстрацію створення юридичної особи;
- 2) оригінал або нотаріально засвідчена копія рішення засновника (якщо він один) або рішення засновників (якщо їх два або більше);
- 3) статут фермерського господарства;
- 4) нотаріально засвідчену копію паспорта бенефіціара (або паспортів бенефіціарів, якщо їх декілька), у випадку, якщо паспорт у формі книжечки, а не ID-картки. Навіть у випадку подання документів особисто єдиним бенефіціаром, нотаріально засвідчену копію паспорта все одно потрібно додати до пакету документів.

Для державної реєстрації сімейного фермерського господарства *без статуту юридичної особи* необхідно подати державному реєстратору:

- 1) заяву про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем;
- 2) нотаріально посвідчений договір про створення сімейного фермерського господарства (якщо засновників декілька) або декларацію про створення сімейного фермерського господарства (якщо фермерське господарство буде вестися одноосібно). На відміну від договору, декларація не підлягає обов'язковому нотаріальному посвідченню;
- 3) якщо особа досягла 16-річного, але ще не досягла 18-річного віку, - нотаріально засвідчена письмова згода батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування.

Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій щодо юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів.

Також відразу при проходженні держреєстрації (як юридичної особи, так і ФОП) реєстраторові можуть подаватися:

- а) заява про перехід на спрощену систему оподаткування;
- б) реєстраційна заява платника ПДВ (можливо тільки якщо обрано третю групу платника єдиного податку за ставкою 3 % або загальну систему оподаткування).

Слід зазначити, що під час створення фермерського господарства стати платником єдиного податку четвертої групи одразу з моменту державної реєстрації не можна. Згідно з пп. 291.4.7 п. 291.4 ст. 291 Податкового кодексу новоутворені сільськогосподарські товаровиробники можуть бути платниками податку з наступного року, якщо частка сільськогосподарського товаровиробництва, отримана за попередній податковий (звітний) рік, дорівнює або перевищує 75 %.

Отже під час реєстрації юридична особа може обрати або спрощену систему третьої групи (з податком 3 чи 5 %), або загальну систему (податок на прибуток). Фізична особа-підприємець (фермерське господарство) може перебувати на загальній системі оподаткування, на єдиному податку другої чи третьої групи. При цьому вона може (в деяких випадках зобов'язана) на загальних підставах бути платником ПДВ, окрім випадку перебування на єдиному податку другої групи.

Адміністративний збір за державну реєстрацію не справляється.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності – письмовий запис або фіксація фактів створення або припинення юридичної особи, набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою з метою їх державного обліку та контролю.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань – єдина державна інформаційна система, що забезпечує збирання, накопичення, обробку, захист, облік та надання інформації про юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадські формування, що не мають статусу юридичної особи.

Суб'єкти реєстрації – це органи, що мають право здійснювати реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців на платній та безоплатній основі.

Суб'єкти державної реєстрації – це виконавчі органи сільських, селищних місцевих рад, Київська та Севастопольська міські, районні, районні у містах Києві та Севастополі державні адміністрації які здійснюють державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності.

Уповноважена особа суб'єкта державної реєстрації – посадова особа чи особа, яка перебуває у трудових відносинах із суб'єктом державної реєстрації, що відповідно до законодавства отримала ідентифікатор доступу до Єдиного державного реєстру виключно для цілей прийняття та повернення документів для державної реєстрації.

Реєстраційний портал – це особиста сторінка в мережі Інтернет юридичної особи, фізичної особи-підприємця на порталі електронних сервісів, призначена для подання документів в електронній формі для проведення реєстраційних дій, безоплатного доступу юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців до відомостей про результати розгляду цих документів, документів, що містяться в реєстраційній справі таких осіб в електронній формі, та відомостей про цих осіб, які є актуальними на момент запиту або на визначену дату.

Реєстраційна справа – це сукупність документів у паперовій та/або електронній формі, що подавалися для проведення реєстраційних дій.

Виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань – це документ в електронній або у паперовій формі, який формується та оновлюється за результатами проведення реєстраційних дій і містить відомості про юридичну особу або її відокремлений підрозділ, фізичну особу-підприємця або громадське формування, що не має статусу юридичної особи.

Процедура державної реєстрації фізичної особи-підприємця – це засвідчення державою факту створення суб'єкта підприємницької діяльності в

організаційно-правовій формі фізична особа-підприємець у тому числі взяття на облік в податкових органах, пенсійному фонді та органах державної статистики.

Книга обліку доходів – це своєрідна відомість податкового обліку, до якої заносяться господарські операції, які підлягають оподаткуванню.

Державна реєстрація юридичних осіб – це офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення юридичної особи як суб'єкта підприємницької діяльності.

Місцезнаходження юридичної особи – місцезнаходження (розміщення) його постійного керівного органу (дирекції, правління тощо) юридичної особи.

Фермерське господарство – це форма підприємницької діяльності громадян, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, здійснювати її переробку та реалізацію з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм у власність та/або користування, у тому числі в оренду, для ведення фермерського господарства, товарного сільськогосподарського виробництва, особистого селянського господарства.

Процедура державної реєстрації фермерського господарства – це дії, які необхідно здійснити для створення фермерського господарства.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. Що являє собою державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності?
2. На яких принципах базується державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності?
3. Хто здійснює державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності?
4. Які вам відомі способи здійснення державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності?
5. Які особливості електронної реєстрації?
6. Який порядок проведення державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності?
7. Що являє собою виписка з єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців?
8. Які відомості містить рішення про реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності?
9. У якому розмірі стягується плата за одержання витягу Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців?
10. Яка процедура реєстрації фізично особи-підприємця?
11. Які документи необхідно надати державному реєстратору для реєстрації ФОП
12. Чи є обов'язковою постанова ФОП на облік у податковій інспекції?

13. Що являє собою книга доходів і витрат підприємця? Які існують її різновиди?
14. Який порядок державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності - юридичної особи?
15. Які документи необхідно надати державному реєстратору для проведення державної реєстрації юридичної особи?
16. Який порядок створення фермерського господарства?
17. Яка інформація міститься в установчих документах фермерського господарства?
18. У чому полягають особливості набуття засновником права на земельну ділянку для ведення фермерського господарства?
19. У якій організаційно-правовій формі може бути зареєстроване фермерське господарство?
20. Яка процедура державної реєстрації фермерського господарства?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

*Примітка: питання з позначкою * мають декілька правильних відповідей*

1. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності засвідчує факт:
 - а) постановки підприємця на облік в податкових органах;
 - б) реєстрації підприємця у пенсійному фонді;
 - в) створення або припинення підприємницької діяльності;
 - г) безкоштовного доступу підприємця до відомостей Єдиного державного реєстру.
2. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності переслідує за мету:
 - а) внесення інформації про юридичні особи, що утворилися, до Єдиного державного реєстру;
 - б) облік, накопичення і контроль відомостей про суб'єктів підприємницької діяльності;
 - в) відкритість та гласність процедури реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності;
 - г) забезпечення зручного та інтуїтивного пошуку необхідної інформації про суб'єктів підприємницької діяльності.
3. Державна реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності проводиться:
 - а) за місцем знаходження суб'єкта підприємницької діяльності;
 - б) за місцезнаходженням юридичної особи, а фізичних осіб-підприємців незалежно від їх місця знаходження;

- в) за місцезнаходженням фізичних осіб-підприємців, а юридичної особи незалежно від її місця знаходження;
- г) у будь якого суб'єкта державної реєстрації незалежно від місця знаходження суб'єкта підприємницької діяльності.

4. Уповноважена особа суб'єкта державної реєстрації – це:

- а) особа, яка перебуває у трудових відносинах із суб'єктом державної реєстрації та може приймати документи для державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності;
- б) громадянин України, який має вищу освіту, відповідає кваліфікаційним вимогам, що визначені Міністерством юстиції України для безкоштовного доступу до інформації Єдиного державного реєстру суб'єктів підприємницької діяльності;
- в) виконавчі органи сільських, селищних та міських рад, державні адміністрації;
- г) нотаріус.

5. Реєстраційні документи надаються державному реєстратору у такій формі:

- а) заявником або його представником;
- б) особисто заявником або поштовим відправленням;
- в) у паперовій або в електронній формі;
- г) усі зазначені вище варіанти є можливими.

6. Документи в електронній формі подаються державному реєстратору заявником через:

- а) портал електронних сервісів;
- б) нотаріуса;
- в) представника заявника;
- г) міністерство юстиції України.

7. Реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності здійснюється шляхом видачі:

- а) реєстратором рішення про державну реєстрацію;
- б) органом державної реєстрації виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців;
- в) державним реєстратором виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців
- г) нотаріусом документів про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності.

8. Відомості, що містяться в Єдиному державному реєстрі надаються зареєстрованому суб'єкту підприємницької діяльності:

- а) у паперовій або електронній формі;
- б) у формі паперового витягу;

- в) тільки у паперовій формі як документ, що міститься в реєстраційній справі;
- г) у формі електронного витягу.

9. Реєстрація підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця здійснюється:

- а) реєстратором за місцем реєстрації (проживання) ФОП;
- б) реєстратором незалежно від місця реєстрації ФОП;
- в) реєстратором за місцем знаходження ФОП;
- г) реєстратором незалежно від місця проживання та реєстрації ФОП.

10. Визначте логічну послідовність етапів реєстрації фізичної особи-підприємця:

- а) відкриття рахунку в банку; постановка на облік в пенсійному фонді; подання документів держреєстратору та отримання виписки з Єдиного державного реєстру;
- б) подання документів держреєстратору та отримання виписки з Єдиного державного реєстру, відкриття рахунку в банку; реєстрація книги обліку доходів;
- в) постановка на облік в податковій та пенсійному фонді; подання документів держреєстратору; реєстрація книги обліку доходів;
- г) заповнення заяви про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця; взяття на облік в органах статистики та податковій; відкриття рахунку в банку.

11. Твердження відносно того, що реєстрацію ФОП можна здійснити шляхом відправки необхідних документів для реєстрації поштою замовленим листом:

- а) є вірним;
- б) не відповідає вимогам українського законодавства.

12. Для провадження підприємницької діяльності фізичні особи-підприємці:

- а) мають право (але не зобов'язані) відкривати рахунки в банках;
- б) зобов'язані відкривати рахунки в банках.

13. Фізичні особи-підприємці зобов'язані зареєструвати книги обліку доходів і витрат:

- а) в органі ДФС;
- б) в пенсійному фонді;
- в) у державного реєстратора;
- г) у нотаріуса.

14. Для фізичної особи-підприємця з моменту державної реєстрації виготовлення печатки є:

- а) обов'язковим;
- б) не обов'язковим.

15. Реєстрація підприємницької діяльності юридичної особи здійснюється:

- а) реєстратором за місцем фактичного знаходження підприємства;
- б) реєстратором за місцем проживання засновників підприємства;
- в) реєстратором за місцем реєстрації засновників підприємства;
- г) реєстратором незалежно від місця проживання та реєстрації.

*16. * Підприємство набуває прав юридичної особи:*

- а) з моменту підписання установчих документів;
- б) від дня його державної реєстрації;
- в) з моменту відкриття розрахункових та інших банківських рахунків;
- г) з дня отримання печатки.

17. Для юридичної особи з моменту державної реєстрації виготовлення печатки є:

- а) обов'язковим;
- б) не обов'язковим.

18. Державному реєстратору необхідно подати копію рішення органів Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України про надання дозволу на узгоджені дії або на концентрацію суб'єктів господарювання у разі:

- а) створення юридичної особи в результаті злиття та поділу;
- б) створення юридичної особи в результаті виділу;
- в) державної реєстрації юридичної особи, засновником якої є іноземна юридична особа;
- г) державної реєстрації юридичної особи, яка може займати монопольне становище на ринку.

19. У разі державної реєстрації юридичної особи, для якої законом встановлено вимоги щодо формування статутного фонду державному реєстратору необхідно подати:

- а) примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) передавального акта;
- б) документ, що засвідчує сплату власником внеску до статутного фонду, у розмірі, що передбачений законом;
- в) документ, що підтверджує реєстрацію іноземної особи у країні її місцезнаходження;
- г) примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) розподільчого балансу.

20. Фермерське господарство можливо зареєструвати в такій організаційно-правовій формі:

- а) тільки як юридична особа;
- б) виключно як фізична особа-підприємець;

в) як юридична чи фізична особа-підприємець.

21. Установчим документом фермерського господарства, що створюється зі статусом юридичної особи є:

- а) статут;
- б) договір про створення сімейного фермерського господарства;
- в) декларація про створення сімейного фермерського господарства.

22. Фермерське господарство підлягає держреєстрації:

- а) тільки за умови набуття засновниками фермерського господарства права власності або користування земельною ділянкою;
- б) за умови набуття засновниками фермерського господарства виключного права власності на земельну ділянку;
- в) тільки за умови набуття засновниками фермерського господарства права користування земельною ділянкою;
- г) у разі коли особа виявила бажання створити фермерське господарство та звернулася до державного реєстратора з заявою.



СИТУАЦІЙНІ ЗАВДАННЯ

Завдання 1

Громадянка І.О. Радужна, навчаючись на третьому курсі Одеського національного економічного університету вирішила відкрити ларьок для торгівлі ручками, олівцями, інструментами для креслення, швидкозшивачами та іншим канцелярським приладдям.

Запитання:

- 1. Назвіть нормативно-правові акти, що регламентують державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності.
- 2. Визначте можливу форму реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.
- 3. Назвіть перелік документів, які майбутній підприємець має надати державному реєстратору.

Завдання 2

Громадянин І. О. Сидоренко, який проживає в м. Черноморськ Одеської області, вирішив заснувати приватне підприємство. Для проходження державної реєстрації І. О. Сидоренко звернувся у виконавчий комітет Черноморської міської ради з пакетом документів.

Запитання:

1. Назвіть перелік документів, які громадянин І. О. Сидоренко, що має намір зареєструвати підприємницьку діяльність як фізична особа-підприємець, має надати державному реєстратору.

2. Назвіть місце державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.

Завдання 3

Ви збираєтесь розпочати підприємницьку діяльність як фізична особа-підприємець. Заповніть заяву про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця та обґрунтуйте Ваш намір реєстрації такої особи платником податку на додану вартість та/або обрання спрощеної системи оподаткування.

Завдання 4

Ви збираєтесь розпочати підприємницьку діяльність як юридична особа.

Запитання:

1. Назвіть перелік документів, які необхідно надати державному реєстратору.

2. Назвіть місце державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.

3. Заповніть заяву про державну реєстрацію юридичної особи.

Завдання 5

Микола Апанасович після закінчення аграрного університету вирішив разом з двоюрідним братом, який мав земельну ділянку для ведення особистого селянського господарства, створити фермерське господарство. З цією метою вони звернулися до державного реєстратора.

Запитання:

1. Якими нормативно-законодавчими актами регламентовано процес створення фермерського господарства?

2. Чи відповідає особа, що бажає створити фермерське господарство, вимогам, що висуваються законодавством.

3. Назвіть перелік документів, які необхідно надати державному реєстратору для реєстрації фермерського господарства.

3. Назвіть місце державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Порядок державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності фізичної особи-підприємця.
2. Порядок державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності юридичної особи.
3. Особливості реєстрації фермерського господарства.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

1. Добрава Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
2. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Закон України від 15 травня 2003 р. № 755-IV (редакція від 16 липня 2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text>.
3. Про фермерське господарство: Закон України від 19 червня 2003 р. № 973-IV (редакція від 15 серпня 2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/973-15#Text>.
4. Про затвердження Порядку державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи: Наказ Міністерства юстиції України від 09 лютого 2016 р. № 359/5 (редакція від 28 травня 2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0200-16#Text>.
5. Про затвердження Порядку надання відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань : Наказ Міністерства юстиції України від 10 червня 2016 р. № 1657/5 (редакція від 15 липня 2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0839-16#Text>.
6. Про затвердження форм заяв у сфері державної реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань: Наказ міністерства юстиції України від 18 листопада 2016 р. № 1500/29630 (у редакції від 1 червня 2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1500-16#Text>
7. Про затвердження форм книги обліку доходів і книги обліку доходів і витрат та порядків їх ведення : Наказ Міністерства фінансів від 19 червня 2015 р. №579 (редакція від 19 червня 2015 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0800-15#Text>.

8. Про затвердження Інструкції про порядок відкриття і закриття рахунків клієнтів банків та кореспондентських рахунків банків – резидентів і нерезидентів: Постанова Правління національного банку України від 12 листопада 2003 р. № 492 (*редакція від 17 січня 2020 р.*).

9. Державне підприємство «Інформаційно-ресурсний центр». URL: https://irc.gov.ua/ua/reestr_edr.

10. Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Офіційна сторінка департаменту державної реєстрації та нотаріату. URL: http://ddr.minjust.gov.ua/uk/6616a41ddf8d76b37d55bc1ab44ba509/normatyvnopravo_baza/.

11. Зразки заповнення заяв з найбільш популярними реєстраційними діями URL: <https://minjust.gov.ua/m/zrazki-zapovnennya-zayav-za-naybilsh-populyarnimi-reestratsiynimi-diyami>.

СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

- 13.1. Інформаційно-технологічні системи та їх роль у забезпеченні функціонування бізнесу.
- 13.2. Реклама як елемент системи забезпечення функціонування бізнесу.
- 13.3. Бізнес-освіта в системі інфраструктурного забезпечення підприємництва.
- 13.4. Консалтингові послуги.

 **Основні поняття та терміни:** інформація, інформаційний бізнес, інформаційно-технологічна система бізнесу, реклама, рекламна діяльність, рекламодавці, рекламні агентства, бізнес-освіта, консалтинг, консалтингові послуги, аудит.

13.1. Інформаційно-технологічні системи та їх роль у забезпеченні функціонування бізнесу

На сучасному етапі економіка розвивається за умов поступового виснаження матеріальних ресурсів суспільства, швидкого зростання населення планети, посилення конкуренції у сфері бізнесу. Це є поштовхом формування розгалуженої мережі інформаційних комунікацій, вплив якої поширюється практично на всі галузі та сфери економіки. Інформаційні комунікації можна назвати «нервовою системою» бізнесу, оскільки за сучасних умов інформація стає однією з основних галузей, що забезпечує успішне функціонування бізнесу. Бізнес не може існувати без урахування стану ринку праці, підготовки кадрів і залучення їх до свого виробництва, грамотних консультацій, професійних аудиторських послуг та інших засобів забезпечення його життєдіяльності. Постійно взаємодіючи з ними, він стимулює розвиток останніх.

Швидке і своєчасне отримання інформації дає змогу бізнесменам постійно контролювати і прогнозувати економічну ситуацію, прискорюючи прийняття рішень. Більшість компаній, бірж, фінансових центрів, торгових та інших корпорацій обладнані найновішими технічними засобами, які дають змогу з небаченою раніше швидкістю отримувати та обробляти оперативні дані.

Підвищення ролі інформації в економічних і суспільних процесах, бурхливий розвиток нових високоефективних інформаційних технологій та їх значний вплив на організацію бізнес-процесів ініціювало розвиток нового виду підприємницької діяльності – інформаційного бізнесу.

Поняття «інформаційний бізнес» використовується як синонім поняттю «індустрія перероблення інформації» і характеризує сферу індустріальної

діяльності зі збирання, оброблення, зберігання, передавання інформації та здійснення управлінських процесів. Інформаційний бізнес – це бізнес, що здійснюється в інформаційній сфері економіки.

Головною ознакою існування інформаційного бізнесу є наявність специфічного продукту – інформації, інформаційних продуктів і послуг. Водночас цей фактор впливає і на його розвиток. Відслідкувати такий вплив можна через сутність інформації, хоча це є досить складною задачею, оскільки існує дуже багато підходів до визначення інформації.

Термін «інформація» (з лат. – роз’яснення, виклад) сьогодні став дуже популярним. Власне, кожна людина по-своєму визначає поняття «інформація». Так, на думку Р. Емерсона, фахівця в галузі інформаційних систем (США), інформація – це накопичені думки та досвід безлічі людей. Або, інформація – обмін відомостями між людьми, людиною та автоматом, автоматом і автоматом; інформація – відомості про будь-що, які є об’єктом збирання, зберігання, переробки.

Закон України «Про інформацію» під інформацією розуміє документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

З погляду бізнесу, системи управління ним, інформація – це ті дані, які допомагають прийняти управлінське рішення. Інформація є тим ціннішою, чим відповідальнішим є рішення, яке прижиматиметься на основі цієї інформації. Таким чином, ті самі дані можуть мати різну цінність, отже, й різну вартість у різних ситуаціях, у різний час і для різних споживачів (фізичних чи юридичних осіб). Така особливість дає можливість інформаційному бізнесу отримувати дуже великі прибутки, що робить його особливо привабливим.

Для своєї ефективної роботи керівництво підприємства має потребу у доступній і структурованій інформації. Такого роду інформацію повинна надавати інформаційно-технологічна система бізнесу.

Нові інформаційні технології управління бізнесом є важливим і необхідним засобом, який дозволяє: швидко, якісно і надійно виконувати отримання, облік, зберігання і обробку інформації; значно скоротити управлінський персонал підприємства, який займається роботою по збору, обліку, зберіганню і обробці інформації; забезпечити у потрібні терміни керівництво і управлінсько-технічний персонал підприємства якісною інформацією; своєчасно і якісно вести аналіз і прогнозування господарської діяльності підприємства; швидко і якісно приймати рішення по усіх питаннях управління підприємством.

Інформаційно-технологічна система бізнесу охоплює всі бізнес-функції і всі управлінські процеси. За умов великих підприємств вона може бути ефективною, оскільки забезпечує взаємодію масових і добре організованих процесів швидкодіючими засобами сучасних інформаційних і телекомунікаційних технологій високого науково-технічного рівня.

Інформаційно-технологічна система бізнесу повинна успішно вирішувати три головні завдання:

по-перше, забезпечувати максимально актуальною інформацією. Скорочення строків надання даних сприяє прийняттю більш гнучких і швидких стратегічних рішень. Сучасні вимоги полягають у тому, що члени ради директорів і керівники повинні отримувати відомості не більш, ніж двотижневої (а краще всього – тижневої) давності;

по-друге, діюча інформаційна система повинна забезпечувати складання звітів у різних варіантах, орієнтованих на строго визначену цільову аудиторію – відповідно до кола повноважень конкретних осіб та їх потреб. У складі ради директорів створюються комітети для вирішення суто специфічних завдань (найбільш поширеними є комітет зі стратегічного планування, аудиторський комітет, комітет з призначень і винагород та ін.), тому кожному з них необхідна особлива, спеціалізована і профільна інформація;

по-третє, використання в усіх звітах базового набору показників, що охоплюють найбільш важливі складові частини управління. Причому повинен використовуватися єдиний формат показників, що застосовуються. Більше того, необхідно стандартизувати і автоматизувати не тільки збір даних і формування звітів, але й розсилання керівникам компанії термінових інформаційних повідомлень про досягнення базовими показниками певних порогових значень, що свідчать про позитивні або ж негативні зміни ситуації.

Світова практика переконливо свідчить, що інформаційно-технологічні системи бізнесу – потужний інструмент підвищення продуктивності праці і ефективності виробництва. Всесвітнім економічним форумом спільно з міжнародною школою бізнесу INSEAD, відзначений тісний зв'язок між рівнем розвитку інформаційних технологій і економічним процвітанням країн на підставі того, що інформаційні технології відіграють провідну роль у розвитку інновацій, підвищенні продуктивності та конкурентоспроможності, диверсифікують економіку і стимулюють ділову активність, тим самим сприяючи підвищенню рівня життя людей. У багатьох розвинених країнах галузь інформаційних технологій розвивається бурхливими темпами і стає запорукою сталого економічного розвитку.

13.2. Реклама як елемент системи забезпечення функціонування бізнесу

Бізнес не може існувати без реклами. Реклама – його рушійна сила. Вона виступає як своєрідний спосіб одержання інформації, що забезпечує повною мірою функціонування бізнесу. Вплив реклами різнобічний і багатогранний. Вона інформує про товари, послуги, ідеї, створює престиж підприємства, довіру до нього; виділяє потрібний об'єкт з маси повідомлень, що передаються і циркулюють у сфері комунікації; наділяє його «додатковими» споживчими якостями, диференціює товари на ринку, сприяє збільшенню попиту, спонукає

споживача до виконання дій; «вилучає» споживача з пасивного стану, перетворює його у потенційного покупця, змушуючи до активності та вступу в контакт з продавцем; стимулює збут товару.

Реклама являє собою сукупність різноманітних інформаційних процесів, комплекс контактів та спонукань, що змінюють і доповнюють один одного. Це цикл технічної, технологічної та творчої праці. Вона супроводжує товар на всіх стадіях – від його виникнення, розробки і появи на ринку до періоду, коли він починає витіснятися новим товаром. При цьому реклама виконує різні функції (рис. 13.1).



Рис. 13.1 – Функції реклами

Діяльність суб'єктів господарювання, пов'язана з визначенням потреби створенням і розміщенням реклами задля досягнення стратегічних і поточних завдань їхнього розвитку – це **рекламна діяльність**.

Рекламна діяльність охоплює сукупність процесів дослідження ринку збуту і визначення потреби в рекламі, дослідження ринку рекламних засобів та рекламної аудиторії, формування стратегії та програми рекламної діяльності, створення рекламного продукту, його публікації чи показу в засобах масової інформації, дослідження ефективності здійснення рекламних акцій та рекламної діяльності загалом.

Рекламна діяльність спрямована на здійснення впливу на ринки та споживачів. Тому для створення ефективної системи управління рекламним процесом та його належного інформаційного забезпечення рекламну діяльність доцільно класифікувати за низкою ознак.

Зокрема, за специфікою ринку рекламованих товарів і послуг можна виділити:

- рекламну діяльність, спрямовану на масового споживача товарів безпосереднього вжитку та споживачів товарів довгострокового вжитку і послуг;

- індустріальну рекламну діяльність, спрямовану на рекламування сировини, матеріалів, техніки тощо;
- рекламну діяльність у сфері фінансів, яка включає рекламу банків, заощаджень, іпотек, страхування, інвестицій;
- діяльність у сфері кадрової реклами, основним завдання якої є підбір кадрового персоналу для працедавців.

За основними споживачами можна виділити:

- рекламну діяльність, спрямовану на населення чи його окремі групи;
- рекламну діяльність спрямовану на дистриб'юторів, дилерів, агентів та інших посередників на ринку.

За територіальною ознакою існує рекламна діяльність на місцевому, регіональному, загальнодержавному та міжнародному рівнях.

За засобами реклами доцільно виокремити рекламну діяльність з використанням преси (газет, журналів), телебачення, спеціальних плакатів, щитів (зовнішня реклама); транспортних засобів, радіо, пошти, кіно, мережі Інтернет тощо.

Виділяють чотири основні групи учасників рекламної діяльності (рис. 13.2).

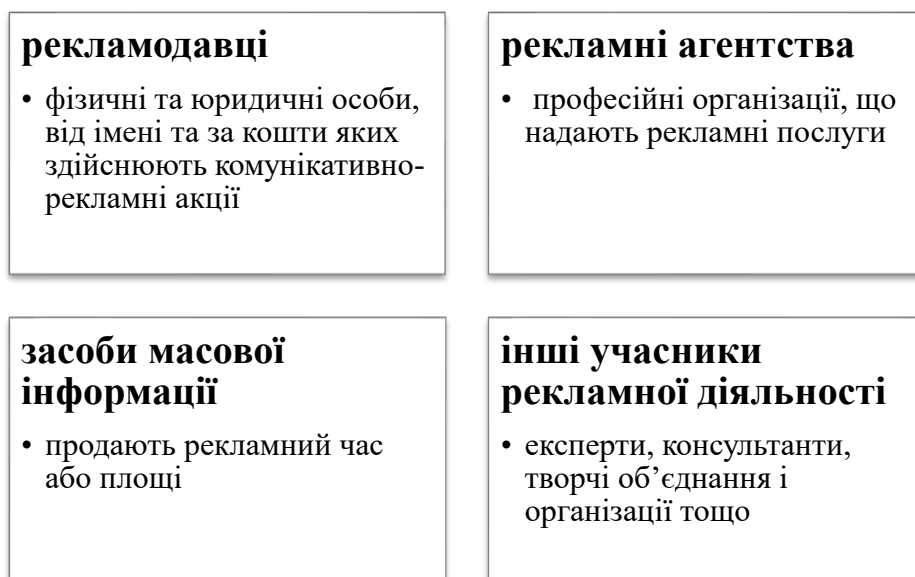


Рис. 13.2 – Групи учасників рекламної діяльності

Рекламодавці є замовниками рекламних акцій і контролюють їх здійснення. Рекламодавців, як правило, класифікують за ринками їхньої діяльності, та за товарами, які вони виробляють. Рекламодавці можуть бути операторами споживчого ринку, ринку виробників промислової продукції, ринку посередників, ринку державних організацій, міжнародного ринку тощо. Рекламна діяльність підприємств-рекламодавців може здійснюватися на основі створення в їхній організаційній структурі рекламного відділу чи залучення до співпраці рекламних агентств. Рекламна служба підприємства досліджує рекламний ринок, розробляє і реалізує довгострокові, поточні і оперативні плани рекламної діяльності, організовує виставки та презентації, налагоджує і

контролює співпрацю з рекламними агентствами, здійснює заходи в сфері паблік-рілейшнз тощо.

Рекламні агентства – це незалежні професійні організації, які надають рекламні послуги. Рекламні агентства забезпечують зв'язок між рекламодавцями та засобами масової інформації і є провідною ланкою в системі просування реклами.

Рекламні агентства виконують такі основні функції:

1) допомагають рекламодавцям аналізувати рекламний ринок, розробляти концепції рекламних компаній, створювати макети та сценарії реклами, купувати рекламний час чи площі, організовувати і контролювати рекламні заходи тощо;

2) сприяють підвищенню ефективності операцій з придбання та продажу рекламних площ і часу, оскільки власники засобів масової інформації мають справу не з тисячами індивідуальних рекламодавців, а з невеликою кількістю агентств.

Як специфічний вид діяльності, який здійснюють рекламні агентства та засоби масової інформації, реклама є елементом системи забезпечення функціонування бізнесу. Для кожного виду діяльності, категорії товарів є певні, найбільш ефективні методи реклами. У рекламі все добре, що дає позитивний ефект: колір, смак, запах, звук, світло, тінь, новизна, оригінальність, цікавість, форма, зміст, простота, таємничість. Але найкраща реклама – це стабільна якість продукту, що приносить авторитет підприємству.

13.3. Бізнес-освіта в системі інфраструктурного забезпечення підприємництва

Розвиток підприємницького середовища, відкриття нових ринків збуту, жорстка конкурентна боротьба, впровадження нових технологій у виробництво та управління, використання сучасних форм фінансування бізнес-проектів (венчурні інвестиційні фонди, вихід на фондові ринки тощо) обумовлює виникнення проблеми браку професійних знань і вмінь керівників підприємств малого та середнього бізнесу. В цій ситуації їм доцільно користуватися послугами сторонніх суб'єктів інфраструктури підприємництва (наприклад, залучати професійних консультантів з того чи іншого напрямку діяльності, що, однак, потребує постійних додаткових витрат і не завжди означає високий рівень якості консультацій) або самовдосконалюватися та «виховувати» власних спеціалістів за рахунок бізнес-освіти, яка є одним із ключових елементів інфраструктурної підтримки підприємництва.

Бізнес-освіта – це освітня діяльність з підготовки людей, що беруть участь у виконанні функцій управління на підприємствах і в господарських

організаціях, які діють в умовах ринку і ставлять своєю головною метою отримання прибутку.

Бізнес-освіта полягає, перш за все, у підготовці управлінських кадрів та в навчанні бізнесу і менеджменту тих, хто має намір присвятити себе підприємницькій або управлінській кар'єрі.

У більш ширшому сенсі цього слова **бізнес-освіта** – це комплекс освітніх послуг у вигляді широкого кола програм підготовки, перепідготовки та підвищення рівня кваліфікації керівників підприємств вищої і середньої ланки, приватних підприємців, що надаються різними освітніми закладами (закладами вищої освіти, навчальними та тренінговими центрами, бізнес-школами, організаціями підтримки підприємництва) та передають теоретичні і практичні навички і знання (в галузі управління людьми, фінансами, часом тощо), необхідні для управління бізнесом з метою підвищення ефективності діяльності цих підприємств та особистого кар'єрного зростання.

Розглядаючи бізнес-освіту з погляду потреби в ній, слід підкреслити соціальний вплив, оскільки вона стимулює людей до саморозвитку як в колективі підприємства (адже в більшості випадків підприємства самі вирішують, як і кому навчатися), так і на ринку праці (з метою пошуку нового кращого місця роботи), надаючи йому більшого рівня конкурентності. Система бізнес-освіти сприяє координації підготовки і перепідготовки персоналу підприємств, притоку в сектор малого і середнього бізнесу більш кваліфікованих фахівців.

Роль бізнес-освіти в системі інфраструктурного забезпечення підприємництва полягає в тому, що вона:

- забезпечує постійне оновлення знань у підприємницькому середовищі;
- обумовлює міждисциплінарність знань;
- стимулює підприємства впроваджувати сучасні підходи до ведення бізнесу, користуватися наявними елементами інфраструктури завдяки інноваційним продуктам, що постійно пропонуються навчальними центрами та бізнес-школами;
- сприяє координації підготовки і перепідготовки персоналу підприємств, притоку в сектор малого і середнього бізнесу більш кваліфікованих фахівців.

Однією з провідних спеціальностей бізнес-освіти, безперечно, є спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність». Її ідеологія в повній мірі відповідає вимогам економіки знань щодо формування ефективної економічної соціалізації людського капіталу, а практично орієнтований зміст спеціальності забезпечує економічне становлення підприємця новітньої формації.

13.4. Консалтингові послуги

Через зростання невизначеності та нестабільність ринкового середовища керівникам підприємств стає дедалі складніше ухвалювати ефективні та обґрунтовані управлінські рішення. Тому до процесу управління розвитком підприємств залучають професійних консультантів. Клієнт очікує почути від консультантів будь-які судження щодо суті своїх питань; отримати експертний висновок щодо якихось рішень або ситуацій, нові ідеї, результати визначеного дослідження або, зрештою, просто навчитись чи перейняти у них певні професійні навички. Це породжує виникнення і розвиток галузі управлінських консалтингових послуг – консалтингу.

Консалтинг вирішує досить широке коло питань: ведення бізнесу, інвестиційна діяльність, управління бізнесом, фінанси та економіка підприємств, дослідження ринків збуту, руху цін тощо.

Консалтинг (англ. Consulting – консультування) – це вид інтелектуальної діяльності, основне завдання якої полягає в аналізі, обґрунтуванні перспектив розвитку і використання науково-технічних і організаційно-економічних інновацій з урахуванням наочної області і проблем клієнта.

Консалтингова діяльність полягає у консультуванні керівників, управлінців, профільних фахівців з широкого кола питань у сфері фінансової, комерційної, юридичної, технологічної, технічної, експертної діяльності.

Тобто консалтинг – це будь-яка допомога у вирішенні тих чи інших проблем діяльності підприємства, яка надається консультантами. Робота консультантів полягає в дослідженні, оцінюванні, аналізі бізнес-процесів клієнта, обґрунтуванні перспектив розвитку бізнесу.

Консалтингові послуги полягають у наданні клієнтові обґрунтованої інформації з актуальних для нього проблем щодо найрізноманітніших об'єктів.

Згідно з Європейським класифікатором, консалтингові послуги розрізняють за такими видами:

1. *Загальне управління*: визначення ефективності системи управління, оцінка бізнесу, управління нововведеннями, визначення конкурентоспроможності (вивчення кон'юнктури ринку, диверсифікація або становлення нового бізнесу, міжнародне управління, оцінка управління, злиття і придбання, організаційна структура і розвиток, приватизація, управління проектом, управління якістю, реінжиніринг, дослідження і розвиток, стратегічне планування, бенчмаркінг, пошук партнерів, внутрішній менеджмент, управління експортом і імпортом, кризове управління.

2. *Адміністрування*: аналіз документообігу, розміщення або переміщення відділів, управління офісом, організація і методи управління, регулювання ризику, гарантії безпеки, планування робочих приміщень і їх оснащення.

3. *Фінансове управління*: системи обліку, оцінка капітальних витрат, оборот фірми, зниження собівартості, неплатоспроможність (банкрутство), збільшення прибутку, збільшення доходів, оподаткування, фінансові резерви.

4. *Управління кадрами*: професійний рух і скорочення штатів, культура корпорації, рівні можливості, пошук кадрів, відбір кадрів, здоров'я і безпека, програми заохочення, внутрішні зв'язки, оцінка робіт, трудові угоди і зайнятість, навчання менеджменту, планування робочої сили, мотивація, пенсії, аналіз функціонування, психологічна оцінка, винагорода, підвищення кваліфікації працівників, вирішення конфліктів, тренінг.

5. *Маркетинг*: реклама і сприяння збуту, корпоративний образ і відносини з громадськістю, дослідження ринку, післяпродажне обслуговування замовників, дизайн, прямий маркетинг, міжнародний маркетинг, стратегія маркетингу, розроблення нової продукції, ціноутворення, роздрібний продаж і дилерство, управління збутом, навчання збуту, соціально-економічні дослідження і прогнозування.

6. *Виробництво*: автоматизація, використання устаткування і його технічне обслуговування, промисловий інжиніринг, переробка матеріалів, регулювання внутрішнього розподілу матеріалів, упакування, схема організації робіт на підприємстві, конструювання і вдосконалення продукції, управління виробництвом, планування і контроль за виробництвом, підвищення продуктивності, закупівлі, контроль якості, управління запасами, ергономіка, управління матеріалами.

7. *Інформаційна технологія*: системи автоматизованого проектування і автоматизовані системи управління, застосування комп'ютерів в аудиті і оцінці, електронна видавнича діяльність, інформаційно-пошукові системи, адміністративні інформаційні системи, проектування і розроблення систем, вибір і установка систем, внутрішній аудит інформаційних систем, відновлення інформаційних систем.

8. *Спеціалізовані послуги* (різні види рекомендацій, які відрізняються від вищевикладених за методами, за об'єктами чи за характером впроваджуваних знань): навчальне консультування, консалтинг з управління електроенергетикою, інженерний консалтинг, екологічний консалтинг, інформаційний консалтинг, юридичний консалтинг, консалтинг з управління розподілом матеріалів і матеріально-технічним постачанням, консалтинг в державному секторі бізнесу, консалтинг з телекомунікацій..

Крім зазначених видів консалтингових послуг поняття “консалтинг” також включає такі види професійних послуг:

Аудит – бухгалтерська, але й будь-яка інша перевірка стану справ на підприємстві, що проводиться незалежними експертами. Вживають також такі поняття, як “аудит менеджменту”, “аудит інвестицій”, “аудит бізнесу”, “економічний аудит”, “енергоаудит” тощо.

Бухгалтерське обслуговування – послуги, що передбачають організацію, ведення, поновлення або вдосконалення бухгалтерського обліку та звітності.

Юридичні послуги – послуги у вигляді порад (юридичний консалтинг) чи безпосереднє ведення справ своїх клієнтів: представлення їхніх інтересів в судових та інших інстанціях, ведення переговорів, складання контрактів тощо.

Забезпечення інформаційними технологіями – послуги з впровадження і використання інформаційних технологій: розроблення програмного забезпечення; послуги із застосування нових технологій в менеджменті, пристосування стандартних програм до потреб підприємств, вибір устаткування та інтеграція обчислювальних систем; проектування обчислювальних систем, програмування, навчання користувачів, управління мережами передачі даних, інтеграцію систем тощо.

Інжиніринг – послуги з інженерної підготовки і забезпечення процесу виробництва, будівництва і експлуатації різних об'єктів.

Інвестиційне обслуговування (інвестиційне банківництво) – послуги, пов'язані як з продажем, так і з закупівлею цінних паперів (акцій, облігацій).

Реклама і відносини з громадськістю – послуги зі створення іміджу та проведення різних PR-акцій через засоби масової інформації (оголошення, інтерв'ю, статті, публікації фінансових звітів тощо), безпосередня розсилка рекламних матеріалів поштою, а також шляхом проведення різних заходів (конференцій, презентацій, форумів, добродійних акцій тощо).

Ділова інформація – послуги з розміщення економічної, технічної, соціальної, юридичної та іншої інформації у публікаціях (довідники, статті, журнали, огляди, дайджест тощо), а також надання інформації в електронній формі з метою надання ділових відомостей про підприємство: фінансовий стан; структуру капіталу, види діяльності, історію, дані про керівництво, відомості про філіали; положення фірми в рейтингах тощо.

Лобіювання – послуги у вигляді легально здійснюваних дій на державні органи (законодавчі і виконавчі) з метою створення оптимальних умов здійснення діяльності підприємства.

Тренінг – є чимось середнім між консалтингом і навчанням та уможливорює активно підвищувати кваліфікацію менеджерів підприємства. Складовою тренінгу є психотренінг – форма занять з керівниками і персоналом, що дає змогу укріпити і розвинути їх психологічні якості, навчити ефективнішим методам поведінки і комунікації.

Застосування широкого спектра консалтингових послуг дає можливість ідентифікувати та аналізувати проблеми і можливості системи менеджменту підприємства, запропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем та надати допомогу в реалізації рекомендацій і впровадити конструктивні зміни, що визнані як необхідні та доцільні. Основне завдання консалтингу полягає у наданні допомоги системі менеджменту підприємства у вирішенні їхніх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу та підвищенні ефективності функціонування.

Одним із найпоширеніших видів консалтингу є бізнес-планування, в якому різноманітні суб'єкти відчують потребу в період виходу на ринок, опанування нових його сегментів, придбання промислових та інших об'єктів, отриманні кредитів. Тобто якщо суб'єкту бізнесу в певних ситуаціях не

вистачає знань, досвіду, впевненості у кваліфікованості своїх кадрів, він вдається до послуг консалтингових фірм.

Варто відзначити, що всі частіше за допомогою до консалтингових компаній звертаються не тільки ті, хто тільки поповнив ряди підприємців, але і серйозні компанії, які давно перебувають на ринку. Це пояснюється наступним:

- у консультантів більш високий рівень знань, ніж у штатних фахівців підприємства;
- консультанти більш досвідчені в силу спілкування з великою кількістю клієнтів;
- у консультантів досить часу, щоб глибоко і всебічно вивчати проблему;
- у консультантів зазвичай неупереджена думка, керуються вони інтересами замовника.

Перевага консалтингу ще і в тому, що фахівці компанії зі свіжим поглядом зі сторони можуть виявити проблеми, які співробітникам компанії просто непомітні.

Суб'єктів ринку консалтингових послуг можна згрупувати в такі категорії:

– Міжнародні консалтингові корпорації, серед яких варто зазначити такі: “Велика четвірка” (Ernst & Young, KPMG, PriceWaterhouseCoopers, Deloitte & Touch Tohmatsu int., – авт.), McKinsey & Co, Booz-Allen & Hamilton, Palladium Group, Inc. Ці компанії мають розгалужену мережу регіональних представництв і сприймаються споживачами переважно в контексті аудиту і юридичного супроводу, а їх клієнтську базу формують передусім транснаціональні корпорації, природні монополії, потужні металургійні холдинги України.

– *Великі національні компанії* (фірми), які спеціалізуються на обслуговуванні великих компаній та зосереджують свої зусилля на реалізації великих консалтингових проектів державного і міжнародного рівня. Доцільно виокремити: Київську консалтингову групу, Український центр післяприватизаційної підтримки підприємств (ЦППП) у Києві; “Харків Менеджмент Консалтинг Інтернешнл” (Харків); Western Ukrainian Management Consulting (Львів); “Євроконсалт” (Одеса), Центр реструктуризації вугільної промисловості в Донецьку тощо.

– *Великі регіональні та місцеві компанії* (фірми), роботу яких забезпечують підприємства та організації регіонального рівня внаслідок зрозумілих фінансових обмежень. Як правило, такі фірми надають весь спектр управлінських послуг, займаються дослідницько-аналітичною діяльністю і допомагають у вирішенні найскладніших проблем. До цієї групи найчастіше належать: Spector, Sachs & Company, Укрбізнесконсалтинг, ProConsult, “Укрон”, Project Consulting Group, Національне управління ресурсами, “ДК-Україна”, “Консалтинг ЛТД” та ін.

– Середні і дрібні консалтингові фірми, які в обмеженому секторі управлінського консультування обслуговують місцеві підприємницькі структури, що дає змогу їм досягати високої якості сервісу.

– Фізичні особи-підприємці, що включені до Реєстру аудиторських фірм та аудиторів, виступають як незалежні окремі консультанти, які є досвідченими і висококваліфікованими спеціалістами, що, як правило, виступають як експерти чи постійні консультанти невеликих приватних фірм.

До цього переліку можна додати специфічну групу суб'єктів ринку консалтингу, як спеціалізовані консультаційні центри – заклади вищої освіти та їхні навчальні центри, а також професійні асоціації, які проводять підготовку фахівців та спеціалістів-консультантів з різних питань бізнесу у формі навчально-нормативних дисциплін, тренінгів, семінарів, конференцій тощо.



ВИЗНАЧЕННЯ ТЕРМІНІВ

Інформація – дані, які допомагають прийняти управлінське рішення.

Інформаційний бізнес – це бізнес, що здійснюється в інформаційній сфері економіки та являє собою діяльність зі збирання, оброблення, зберігання, передавання інформації та здійснення управлінських процесів.

Інформаційно-технологічна система бізнесу – сукупність бізнес-функцій і управлінських процесів, що забезпечують бізнес максимально актуальною інформацією та дозволять складати звіти у різних варіантах, орієнтованих на строго визначену цільову аудиторію.

Реклама – своєрідний спосіб одержання інформації, що забезпечує повною мірою функціонування бізнесу.

Рекламна діяльність – діяльність суб'єктів господарювання, пов'язана з визначенням потреби створенням і розміщенням реклами задля досягнення стратегічних і поточних завдань їхнього розвитку.

Рекламодавці – фізичні та юридичні особи, від імені та за кошти яких здійснюють комунікативно-рекламні акції.

Рекламні агентства – незалежні професійні організації, які надають рекламні послуги.

Бізнес-освіта – це освітня діяльність з підготовки людей, що беруть участь у виконанні функцій управління на підприємствах і в господарських організаціях, які діють в умовах ринку і ставлять своєю головною метою отримання прибутку.

Консалтинг – це сфера діяльності, яка має місце винятково в бізнесовому середовищі та передбачає консультування керівників, управлінців з широкого кола питань у сфері фінансової, комерційної, юридичної, технологічної, технічної, експертної діяльності.

Консалтингові послуги – послуги, що полягають у наданні клієнтові обґрунтованої інформації з актуальних для нього проблем щодо найрізноманітніших об'єктів.



ПИТАННЯ ДО ОБГОВОРЕННЯ

1. У чому цінність інформації для бізнесу?
2. Що являє собою інформаційно-технологічна система бізнесу?
3. Які функції виконує реклама як рушійна сила бізнесу?
4. Що ви розумієте під рекламною діяльністю?
5. Які розрізняють групи учасників рекламної діяльності?
6. Що являє собою бізнес-освіта та чим обумовлюється побрата в ній?
7. У чому проявляється роль бізнес-освіти в системі інфраструктурного забезпечення підприємництва?
8. Чим обумовлена поява консалтингу?
9. У чому полягає основне завдання консалтингу?
10. Які розрізняють види консалтингових послуг?
11. У чому полягають переваги консалтингу?



ТЕСТОВІ ЗАВДАННЯ

1. *Головною ознакою існування інформаційного бізнесу є:*
 - а) бажання підприємця отримати прибуток;
 - б) наявність специфічного продукту – інформації, інформаційних продуктів і послуг;
 - в) ділові стосунки та ділові угоди;
 - г) потреба у консультуванні з різних питань, зокрема щодо бізнес-планування.
2. *Професійні організації, що надають рекламні послуги – це:*
 - а) рекламодавці;
 - б) рекламні агентства;
 - в) засоби масової інформації;
 - г) консультанти.
3. *Фізичні та юридичні особи, від імені та за кошти яких здійснюють комунікативно-рекламні акції – це:*
 - а) рекламодавці;
 - б) рекламні агентства;

- в) засоби масової інформації;
- г) консультанти.

4. Консалтинг – це:

- а) інтелектуальний продукт, що залишається у володінні клієнта після завершення консультування;
- б) професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами клієнтам з метою сприяння останнім у визначенні й дослідженні проблем, пошуку їх оптимальних рішень, впровадженні рекомендацій;
- в) підприємство, що надає консультаційні послуги клієнтам за допомогою персоналу відповідної кваліфікації, здатного визначити, проаналізувати й розробити модель вирішення проблеми.

5. Причинами появи консалтингових послуг є:

- а) зростання промислового виробництва, розвиток науки і нових технологій;
- б) розширення міжнародного обміну;
- в) зростання обсягів інформації;
- г) зростання промислового виробництва, розвиток науки і нових технологій, розширення міжнародного обміну.

6. Підставою для застосування консалтингу є аргументи:

- а) консультанти володіють унікальними знаннями та досвідом роботи з багатьма клієнтами;
- б) вони незалежні (принципово, адміністративно, емоційно, матеріально);
- в) вони здатні втілювати в життя свої розробки та пропозиції;
- г) усі відповіді правильні.

7. До консалтингу з питань загального управління відноситься:

- а) реклама і сприяння збуту;
- б) управління офісом, організація і методи управління;
- в) системи обліку, зниження собівартості;
- г) визначення ефективності системи управління, оцінка бізнесу.

8. До консалтингу з питань виробництва відноситься:

- а) дослідження ринку;
- б) планування і контроль за виробництвом,;
- в) оцінка капітальних витрат;
- г) стратегічне планування, бенчмаркінг, пошук партнерів.

9. Основне завдання консалтингу полягає у такому:

- а) сформувати загальний імідж, загальну обізнаність про бізнес.
- б) стимулювати людей до саморозвитку;

- в) надати допомогу системі менеджменту підприємства у вирішенні їхніх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу та підвищенні ефективності функціонування.



ТЕМИ ПРЕЗЕНТАЦІЙ

1. Сучасні інформаційно-технологічні системи бізнесу.
2. Основні функції реклами.
3. Бізнес-освіта в Україні .
4. Бізнес-школи та їх роль у навчанні бізнесу.
5. Бізнес-планування як різновид бізнес-консалтингу.



РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

12. Бізнес-освіта по-українськи: що пропонують провідні МВА школи України у 2020 році. Український спектор. URL: <https://uaspectr.com/2020/07/22/shho-proponuyut-providni-mba-shkoly-ukrayiny-u-2020-rotsi/>
13. Доброва Н.В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса. 2018. 305 с.
14. Кісельов А.П. Основи бізнесу: підручник. Київ.: Вища школа, 1997., 191 с.
15. Лаготюк В.О., Безродна С.М. Підприємництво і бізнес-культура: навчальний посібник. Чернівці, Видавничий дім «РОДОВІД» 2016. 158 с.
16. Охріменко О. О., Кухарук А. Д. Міжнародний консалтинг: навч. посіб. К. : НТУУ «КПІ», 2016. 184 с.
17. Покідна В. Університети та бізнес: міжнародний досвід співпраці та перспективи для України. URL: <http://cost.ua/news/421-college-business-cooperation>.
18. Про інформацію: Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XII (Редакція від 16.07.2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text>
19. Спільник І. В. Консалтингова діяльність: навч.-метод. комплекс дисципліни (для слухачів магістерських програм). Тернопіль : ТНЕУ, 2012. 156 с.

ОБМЕЖЕННЯ У ЗДІЙСНЕННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ПОВ'ЯЗАНІ ІЗ ВИКОРИСТАННЯМ ЗЕМЕЛЬНОЇ ДІЛЯНКИ

Для розміщення об'єктів підприємницької діяльності необхідним є оформлення прав на земельні ділянки, на яких вони розташовуються або будуть розташовані. Чинне законодавство дозволяє це зробити на правах власності і правах оренди, в певних випадках - на підставі сервітуту або дозволу на використання земельної ділянки, що є власністю територіальної громади.

Одним з видів обмежень прав суб'єктів підприємницької діяльності є особливі умови використання земельних ділянок і режим господарської діяльності в межах зон відповідного цільового призначення територій.

На що обов'язково слід звертати увагу при укладенні договору оренди, купівлі або приватизації земельної ділянки це на наявність або відсутність різних видів обмежень і обтяжень на його використання. Існують ділянки землі, на яких за будь-яких причин, наприклад, природо охоронних, заборонений той чи інший вид господарської діяльності. Крім того, бувають і такі земельні ділянки, до яких неможливо підключити лінії комунікацій, такі як водопровід і каналізація, світло і газ.

Найчастіше обмеження накладаються на такі ділянки:

- ділянки в межах міста і в зоні щільної міської забудови;
- ділянки, які межують з об'єктами, що представляють історичну, археологічну чи культурну цінність;
- ділянки, розташовані поблизу охоронюваних природних об'єктів і територій;
- ділянки поруч з об'єктами стратегічного, військового та оборонного призначення.

Щоб придбати в користування земельну ділянку, необхідно, в першу чергу, розуміти до якого типу належить дана ділянка з точки зору її господарсько-економічного призначення, а також які типи ділянок знаходяться в прикордонній з ним зоні.

Залежно від цільового призначення, згідно із Земельним кодексом України, земельні ділянки поділяються на такі категорії:

- сільськогосподарські угіддя;
- ділянки житлового та громадського будівництва;
- природоохоронні комплекси та заповідники;
- оздоровчі території;
- ділянки, що підлягають рекреаційним заходам;
- культурні та історичні райони;
- землі лісового господарства;
- території водного фонду;
- зони промислового, військового, транспортного, гірничодобувного, енергетичного та інших виробничих комплексів народного господарства.

Для кожного з типів земельних ресурсів існує власний регламент передачі у власність або оренду, а також свій набір обмежень на цільове використання землі. Так, наприклад, на ділянці з цільовим призначенням оздоровчі території не допускається будівництво житлових будинків, офісних центрів, промислових та інших об'єктів не пов'язаних з рекреацією. На землях категорії сільськогосподарські угіддя не допускається розміщення складських об'єктів, елеваторів, комплексів по вирощуванню птиці і тварин та інших видів діяльності окрім вирощування аграрних культур або випасу худоби.

Міські території в першу чергу призначені для ведення житлово-комунального будівництва, об'єктів громадського призначення, міської інфраструктури, транспортної мережі, муніципальних будівель, дрібних виробництв, а також зон громадського відпочинку та розваг. Будівництво великих промислових виробництв, крім тих, що історично опинилися в межах міста, заборонено. Реконструкція та переоснащення таких виробництв потребує особливого дозволу з урахуванням дотримання санітарних, екологічних, акустичних та інших технічних норм, прийнятих для населених пунктів.

Кожне місто чи великий населений пункт має своє регіональне ділення на зони, що відведені для різних типів забудови. Тому, перш ніж придбати або взяти в оренду ділянку землі в межах міста, слід з'ясувати, що можна на ній будувати, а що не можна. Цільове призначення ділянки для ведення того чи іншого виду діяльності, також як і проектну документацію на будівництво, необхідно погоджувати в місцевих органах влади, міському відділі архітектури, санепідемстанції та інших органах, якщо це буде потрібно.

Існують певні правила і обмеження для використання наступних міських зон:

- ділянок багатоповерхової житлової забудови державної, муніципальної чи кооперативної власності;
- історико-культурних пам'яток і територій міста;
- суспільно-ділових і торгових центрів;
- ділянок, зарезервованих під будівництво муніципальної власності;
- парків, міських садів і інших зон відпочинку і розваг.

Строго заборонено придбання ділянок в межах міста для будівництва та видів діяльності, які несуть небезпеку для населення, цілісності культурно-історичної спадщини та екологічної обстановки району і міста в цілому.

Крім того, в місті або великому населеному пункті можуть існувати обмеження, пов'язані з особливостями генерального плану забудови та цільового призначення територій, а також наявністю в їх межах об'єктів особливого призначення місцевого або державного рівня - наприклад, аеропортів, атомних електростанцій, великих транспортних вузлів, військових об'єктів і так далі.

Останнім часом в нашій країні набуває поширення **самовільне захоплення** і використання територій, не призначених для передачі у власність або оренди. Особливо це стосується лісових ділянок і берегів водойм. Вчинення таких дій карається штрафами, аж до позбавлення права користування земельною ділянкою.

Існує окремий порядок використання прикордонних територій заповідників, національних парків, лісових і водних господарств. Це пов'язано із захистом навколишнього середовища від шкідливих впливів господарської діяльності людини. Отримання дозволу на використання ділянок поблизу таких земель здійснюється, в тому числі, і в місцевих природоохоронних організаціях.

Те ж саме відноситься до приватизації та купівлі ділянок поблизу об'єктів історичного та культурного значення - стародавніх поселень і поховань, замків і фортець, окремих будівель і комплексів, що охороняються державою і так далі. Узгодження проекту землевідведення в даному випадку потрібно проводити з органами, що відповідають за збереження культурно-історичної спадщини даного регіону.

Набагато складніше йде справа з обмеженням на використання ділянок землі поблизу споруд і об'єктів військового та стратегічного призначення - військовими містечками, базами, аеродромами, полігонами, пунктами забезпечення зв'язку та іншими.

Таким чином, права суб'єктів підприємницької діяльності можуть бути обмежені, в тому числі, встановленням особливих умов використання земельних ділянок та режиму господарської діяльності в зонах з особливими умовами використання територій.

У кожній з таких зон існує свій правовий режим, який характеризується неможливістю здійснення одних видів діяльності і необхідністю здійснення інших дій. Однак такі обмеження та обтяження в здійсненні господарської діяльності поширюються на всі земельні ділянки, що входять в зону, незалежно від форми власності на них і їх категорії, а також виду дозволеного використання.

ПЕРЕЛІК ВИДІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ, ЩО ПІДЛЯГАЮТЬ ЛІЦЕНЗУВАННЮ

1) Банківська діяльність, діяльність з надання фінансових послуг та діяльність з надання банкам послуг з інкасації (ліцензування здійснює Національний банк України)

2) Діяльність у галузі телебачення і радіомовлення (ліцензується відповідно до Закону України «Про телебачення і радіомовлення»).

3) Діяльність у сфері електроенергетики (ліцензується з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про ринок електричної енергії» від 13.04.2017 р. № 2019-VIII), і діяльність у сфері використання ядерної енергії (ліцензується відповідно до Закону України «Про дозвільну діяльність у сфері використання ядерної енергії» від 11.01.2000 р. № 1370-XIV).

4) Освітня діяльність (ліцензується з урахуванням особливостей, визначених спеціальними законами у сфері освіти).

5) Виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим та зерновим дистилятом, біоетанолом, алкогольними напоями та тютюновими виробами і пальним, зберігання пального (ліцензується відповідно до Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та пального»).

6) Надання послуг у галузі картографічного захисту інформації (крім послуг електронного цифрового підпису) та технічного захисту інформації за переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України;

7) Будівництво об'єктів, що за класом наслідків (відповідальності) належать до об'єктів з середніми (СС2) та значними (СС3) наслідками, за переліком видів робіт, що визначається Кабінетом Міністрів України, (з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про регулювання містобудівної діяльності» від 17.02.2011 р. № 3038-VI).

8) Виробництво лікарських засобів, оптова та роздрібна торгівля лікарськими засобами, імпорт лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів), (з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про лікарські засоби» 4.04.1996 р. № 123/96-ВР).

9) Виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боєприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду, торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду; виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами слезоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж.

10) Виробництво вибухових матеріалів промислового призначення за переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України.

11) Надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення за переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України.

12) Виробництво особливо небезпечних хімічних речовин, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України, поводження з небезпечними відходами.

13) Медична практика.

14) Діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини згідно з переліком, затвердженим Міністерством охорони здоров'я України;

15) Ветеринарна практика.

16) Випуск та проведення лотерей (з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про державні лотереї в Україні» 6.09.2012 р. № 5204-VI).

17) діяльність на ринку азартних ігор (ліцензується відповідно до Закону України «Про державне регулювання діяльності щодо організації та проведення азартних ігор» № 768 – IX від 14.07.2020 р.).

18) Туроператорська діяльність.

19) Посередництво у працевлаштуванні за кордоном.

20) Промисловий вилов водних біоресурсів за межами юрисдикції України.

21) Культивування рослин, включених до Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, затвердженого Кабінетом Міністрів України, розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, реалізація (відпуск), ввезення на територію України, вивезення з території України, використання, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, включених до зазначеного Переліку, з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про наркотичні засоби, психотропні речовини і прекурсори» від 15.02.1995 р. № 60/95-ВР.

22) Діяльність, пов'язана з розробленням, виготовленням, постачанням спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку та інших технічних засобів негласного отримання інформації (критерії належності та перелік технічних засобів негласного отримання інформації визначаються Кабінетом Міністрів України за поданням Служби безпеки України).

23) Перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів річковим, автомобільним, залізничним та повітряним транспортом, міжнародні перевезення пасажирів та вантажів автомобільним транспортом.

24) Зовнішньоекономічна діяльність (відповідно до статті 16 Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.1991 р. № 959-XII);

25) Транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом.

26) Діяльність на ринку природного газу (ліцензується з урахуванням особливостей, визначених Законом України «Про ринок природного газу» від 9.04.2015 р. № 329-VIII).

27) Централізоване водопостачання та централізоване водовідведення.

28) Виробництво теплової енергії, транспортування теплової енергії магістральними і місцевими (розподільчими) тепловими мережами та постачання теплової енергії.

29) Охоронна діяльність.

30) Перероблення побутових відходів.

31) Захоронення побутових відходів.

32) Виробництво ветеринарних препаратів.

МЕТОДИ ПОШУКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ІДЕЙ

Для пошуку підприємницьких ідей можуть використовуватись такі три групи методів (рис. 1):

- ✓ методи індивідуального творчого пошуку: аналогії, інверсії, ідеалізації;
- ✓ методи колективного пошуку: «мозкового» штурму, конференції ідей, метод колективного блокнота;
- ✓ методи активізації пошуку: контрольних запитань, фокальних об'єктів, морфологічного аналізу.

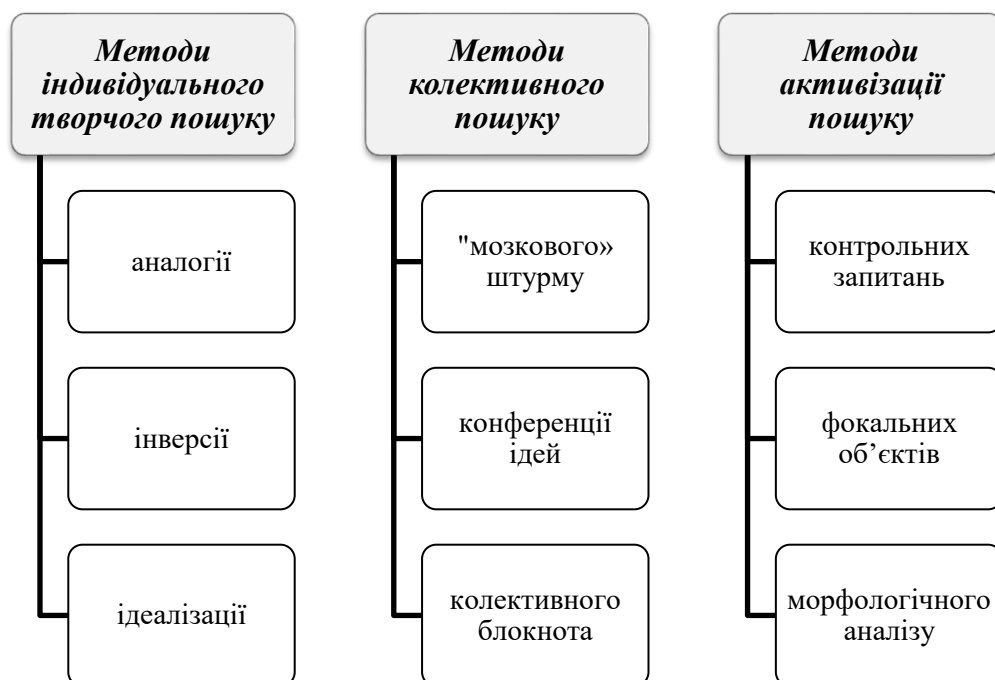


Рис. 1. – Методи пошуку підприємницьких ідей

Метод аналогії передбачає використання схожого відомого рішення, «підказаного» з літературних джерел чи запозиченого з практики діяльності існуючих фірм.

Метод інверсії передбачає пошук підприємницької ідеї на підставі інноваційного підходу, нетрадиційних рішень, корінної перебудови проблеми, що вирішується «зверху донизу».

Метод ідеалізації передбачає ініціювання уявлення про ідеальне вирішення проблеми, що може «наштовхнути» на нову ідею.

Метод «мозкового» штурму передбачає творчу співпрацю групи спеціалістів заради вирішення проблеми шляхом проведення дискусії з конкретного кола питань. Особливістю є те, що, як правило, не допускається критика і негативні відгуки підчас обговорення даного питання, звертається увага на нову ідею з точки зору складності та можливості її практичної реалізації в сучасних умовах.

Метод конференції ідей відрізняється від методу «мозкового» штурму тим, що допускає доброзичливу критику, яка підвищує зацікавленість до висунутої ідеї.

Метод колективного блокноту поєднує індивідуальне висування ідеї з колективною її оцінкою.

Послідовність використання цього методу:

- кожний учасник отримує блокнот, в якому викладена суть проблеми, що вирішується;
- впродовж певного часу учасник обговорення записує до блокнота власні ідеї, які виникли у ході вирішення певної проблеми;
- заповнені блокноти отримує керівник групи учасників для узагальнення накопиченої інформації;
- організовується творча дискусія і приймається відповідне рішення стосовно нової підприємницької ідеї.

Метод контрольних запитань передбачає пошук нової ідеї за допомогою певних блоків питань. Під час використання даного методу попередньо розробляються запитання для вирішення обговореної проблеми.

Метод фокальних об'єктів зводиться до перенесення ознак випадково вибраних об'єктів на об'єкт, що потребує вдосконалення. При цьому може виникнути ряд варіантів вирішення проблеми. Застосування даного методу дає хороші результати щодо пошуку нових модифікацій відомих технічних ідей і завдяки цьому дозволяє знайти прийнятну підприємницьку ідею відносно розробки та освоєння виробництва нових товарів.

Метод морфологічного аналізу заснований на дослідженні всіх можливих варіантів, виходячи із закономірностей розвитку та специфіки об'єкту, який підлягає вивченню та аналізу. За допомогою цього методу можна отримати чимало різних рішень у процесі пошуку підприємницьких ідей, здійснити вибір оптимального варіанту шляхом комбінування.

ФАКТОРИ, ЯКІ ПОВ'ЯЗАНІ З ПРОВАЛАМИ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ІДЕЙ

Найбільш поширеними факторами провалів, пов'язаних з реалізацією бізнес-ідеї, є такі.

1. Неможливість своєчасного повернення позичок через прорахунки

Терміни можливого повернення запозичених коштів, які розраховуються в діловому плані, є досить умовними. Вони спираються на середні дані про терміни виконання тих чи інших етапів впровадження бізнес-ідеї. Це нормально тому, що бізнес-план повинен довести саму доцільність реалізації нововведення та деякі узагальнення тут повністю допускаються. Але можливі відхилення від розрахункових даних можуть дорого коштувати бізнесу. Невідповідність укладених домовленостей щодо погашення заборгованості перед інвесторами всього на кілька тижнів може означати великі неприємності у вигляді економічних санкцій, а ще гірше – підриву ділової репутації розробника проекту.

2. Відступ від положень бізнес-плану реалізації ідеї

Етапи розробки ділового плану визначаються значною творчою складовою. Після прийняття ділового плану інвестором, починається час реальних дій і цю роботу доводиться виконувати зовсім іншим людям, які найчастіше мають досить приблизне уявлення про сутність самої ділової ідеї. Це часто породжує з їх боку не врахування певних деталей, які власне і складають сутність задумки. При цьому втрачається принципова можливість отримання прибутків, що і визначає провал проекту.

3. Неправильний підбір персоналу для виконання проектних робіт

Стадія безпосереднього впровадження ділового проекту в підприємницьку практику досить сильно відрізняється в своїх основних рисах від поточної діяльності. У результаті цього, навіть найефективніші виконавці своїх безпосередніх функцій у повсякденній діяльності можуть бути безпорадними, якщо вони не володіють специфікою дій в умовах проекту. Їх знання і досвід, набутий у повсякденній роботі, здається безпомічним в умовах обмеженості та невизначеності.

4. Несвоєчасне виявлення необхідності внесення змін у проект

Будь-який план, навіть дуже добре обґрунтований, страждає невизначеністю. Особливо це стосується ділових проектів або нововведень у бізнесі. Не можна заздалегідь передбачити всі майбутні проблеми, з якими можна зіткнутися під час реалізації проекту. Їх необхідно аналізувати та своєчасно прийняти необхідні коригувальні дії. Сліпе виконання вимог ділового плану може призвести до нераціональних витрат ресурсів і, у

результаті, до його зриву, тоді як повністю достатньо б було внести деякі корективи, які враховують певні реалії ринкової ситуації.

5. Неповага до інтересів зацікавлених сторін проекту

Виконання проекту – це не тільки методика здійснення конкретних дій, але і політика. В умовах реалізації нововведення на нього покладають надії не тільки безпосередньо розробники. Зацікавленість у результатах проекту можуть відчувати й інші особи: постачальники, покупці, акціонери, тощо. Неповага до цієї зацікавленості може дорого коштувати виконавцям через можливі конфлікти і непорозуміння між сторонами, чий інтерес в тій чи іншій мірі стосується проекту. Цей перелік можна продовжувати дуже довго, при цьому кожен новий випадок невдачі може додавати до нього нові фактори.

З об'єктивними факторами провалів ділових ідей треба просто змиритися. Вони є неодмінною платою бажання досягти більш високих результатів, які у свою чергу є функцією від новизни. Разом із тим від них можна трохи підстрахуватися за рахунок перерозподілу ризику, вибору відповідних схем фінансування та інших заходів.

Помилки в розрахунках дієздатності ділової ідеї на стадіях ділового планування та проектного аналізу також досить часто зустрічаються в підприємницькій практиці. Найчастіше за все вони виникають через:

- помилки у визначенні ємності ринку;
- невиправдані певні сподівання щодо майбутнього обсягу продажу;
- помилки у визначенні маркетингової стратегії та впровадження продукту на ринок;
- помилки у визначенні цінової політики фірми;
- технічну неможливість досягнення пропонованих техніко-економічних параметрів продукту проекту;
- заниження обсягу інвестиційних та операційних витрат;
- прорахунків у визначенні терміну початку продажу продукту проекту.

Більшість з них визначається якістю ділового планування та проектного аналізу.

Важлива особливість підприємця – здатність передбачити, як реалізуються нові ідеї у виробничому процесі і як вони будуть сприйняті ринком. А вміння поєднати в одному процесі два компоненти – впровадження новинки й реакція ринку – запорука майбутнього успіху підприємця. Підприємець повинен помічати, відшукувати й продумувати конкретні форми використання нових ідей. Разом із тим не потрібно поспішати з реалізацією будь-якої ідеї, що виникає, з одного боку, а з іншого – не можна зволікати з її втіленням у практику. Вихід один: будь-яка ідея має дозріти. Сиру в усіх деталях ідею не можна втілити в життя. Спочатку зазвичай вибудовується загальна схема реалізації ідеї. Виділяються ті моменти, які поки не ясні, і подальша робота пов'язується зазвичай з їх відпрацюванням.

**КЛАСИФІКАТОР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ
ГОСПОДАРЮВАННЯ (КОПФГ)¹**

Код	Назва	Попередній код
1	2	3
100	Підприємства	
110	Фермерське господарство	200
120	Приватне підприємство	120
130	Колективне підприємство*	130
140	Державне підприємство	140
145	Казенне підприємство	145
150	Комунальне підприємство	150
160	Дочірнє підприємство	330
170	Іноземне підприємство	170
180	Підприємство об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки)	135
185	Підприємство споживчої кооперації	136
190	Орендне підприємство*	190
191	Індивідуальне підприємство*	100
192	Сімейне підприємство*	110
193	Спільне підприємство*	160
200	Господарські товариства	
230	Акціонерне товариство	230
231	Відкрите акціонерне товариство*)	231
232	Закрите акціонерне товариство*)	232
235	Державна акціонерна компанія (товариство)	—
240	Товариство з обмеженою відповідальністю	240
250	Товариство з додатковою відповідальністю	250
260	Повне товариство	260
270	Командитне товариство	270
280	Адвокатське об'єднання	—
281	Адвокатське бюро	—
300	Кооперативи	180
310	Виробничий кооператив	181
320	Обслуговуючий кооператив	—
321	Житлово-будівельний кооператив**)	182
322	Гаражний кооператив**)	184, 185
330	Споживчий кооператив	—
340	Сільськогосподарський виробничий кооператив	186

¹ Класифікатор організаційно-правових форм господарювання (КОПФГ). URL. <https://zkg.ua/klasyfikator-orhanizatsijno-pravovyh-form-hospodaryuvannya-kopf/>

1	2	3
350	Сільськогосподарський обслуговуючий кооператив	187
390	Кооперативний банк	—
400	Організації (установи, заклади)	400, 410, 420
410	Орган державної влади	—
415	Судова система	—
420	Орган місцевого самоврядування	—
425	Державна організація (установа, заклад)	—
430	Комунальна організація (установа, заклад)	—
435	Приватна організація (установа, заклад)	—
440	Організація (установа, заклад) об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки, споживчої кооперації тощо)	—
490	Організація орендарів*	430
495	Організація покупців*	440
500	Об'єднання підприємств (юридичних осіб)	
510	Асоціація	280, 421
520	Корпорація	290
530	Консорціум	300
540	Концерн	310
550	Холдингова компанія	—
590	Інші об'єднання юридичних осіб	320
600	Відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи	
610	Філія (інший відокремлений підрозділ)	500, 520
620	Представництво	510
700	Непідприємницькі підприємства	—
710	Органи адвокатського самоврядування	—
711	Органи суддівського самоврядування	—
712	Вища кваліфікаційна комісія суддів України	—
800	Громадські об'єднання, профспілки, благодійні організації та інші подібні організації	
810	Політична партія	450
815	Громадська організація	460
820	Громадська спілка	—
825	Релігійна організація	470
830	Профспілка	480, 481, 482, 483, 484, 485, 487
835	Об'єднання профспілок	486
1	2	3
840	Творча спілка (інша професійна організація)	461

845	Благодійна організація	490, 492, 493, 494
850	Організація роботодавців	—
855	Об'єднання співвласників багатоквартирного будинку	491
860	Орган самоорганізації населення	462
900	Інші організаційно-правові форми	
910	Підприємець – фізична особа	340
915	Товарна біржа	—
920	Фондова біржа	—
925	Кредитна спілка	—
930	Споживче товариство	210
935	Спілка споживчих товариств	220
940	Недержавний пенсійний фонд	—
950	Садівниче товариство**)	183
995	Інші організаційно-правові форми	

* Чинним законодавством не передбачається створення та державна реєстрація нових підприємств та організацій з такими організаційно-правовими формами.

**) Державна реєстрація нових юридичних осіб з такими організаційно-правовими формами не передбачається.

ОСНОВНІ РИСИ ПОШИРЕНИХ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

Організаційно- правова форма	Основні риси
1	2
ПРИВАТНЕ ПІДПРИЄМСТВО (ПП)	1. Приватне підприємство – це юридична особа. 2. Заснувати ПП може одна або декілька фізичних осіб. Також його засновником може бути одна юридична особа. Засновником ПП не можуть бути одночасно фізичні особи й юридична особа. Кількість учасників – фізичних осіб не обмежена. 3. ПП дія на основі статуту, який за своїм змістом повинен відповідати загальним вимогам; в установчих документах повинні бути зазначені: найменування суб'єкта господарювання, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом. 4. ПП відповідає за своїми зобов'язаннями усім належним йому майном, на яке згідно з законом може бути накладено стягнення. Власник не відповідає своїм майном за зобов'язаннями заснованого ним ПП, а підприємство не несе відповідальності за зобов'язаннями власника. 5. ПП має право від свого імені вчиняти правочини (угоди), мати та набувати майнові і особисті немайнові права й обов'язки, вступати в зобов'язання, бути власником рухомого та нерухомого майна, а також виступати позивачем і відповідачем у суді, господарському та третейському суді. 6. ПП має право в установленому чинним законодавством порядку: випускати цінні папери; засновувати інші юридичні особи, господарські об'єднання та брати участь в об'єднаннях з іншими суб'єктами підприємницької діяльності, в тому числі іноземними; створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законом порядку; вчиняти інші дії, що не суперечать чинному законодавству. 7. ПП має право на самостійне ведення експортних, імпорتنних та інших зовнішньоекономічних операцій, необхідних для його господарської діяльності. 7. Розмір статутного фонду, порядок його формування та склад визначають засновники приватного підприємства. 8. Вищим органом управління ПП є його власник (власники, збори власників). До виключної компетенції власника (зборів власників) приватного підприємства зазвичай відноситься: визначення основних напрямів діяльності підприємства, затвердження планів та звітів по їх виконанню; внесення змін і доповнень до статуту підприємства; затвердження звітів про фінансово-господарську діяльність підприємства; створення, реорганізація та ліквідація філій, представництв, відділень та інших відокремлених підрозділів; прийняття рішення про ліквідацію, реорганізацію приватного підприємства.

1	2
АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО (АТ)	1. Акціонерне товариство є юридичною особою. 2. Засновниками АТ можуть бути одна, дві чи більше осіб. АТ може бути створене однією особою, може складатися з однієї особи в разі придбання одним акціонером усіх акцій товариства. Відомості про це підлягають реєстрації і опублікуванню для загального відома в порядку, установленому Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку. 3. Акціонери не відповідають по зобов'язаннях товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у рамках вартості акцій, які йому належать. 4. Засновниками може укладатися засновницький договір, у якому визначаються порядок провадження спільної діяльності щодо створення АТ, кількість, тип і клас акцій, що підлягають придбанню кожним засновником, номінальна вартість і вартість придбання цих акцій, строк і форма оплати вартості акцій, строк дії договору. 5. Установчим документом АТ є його статут. Статут АТ повинен містити відомості про: 1) повне та скорочене найменування товариства українською мовою; 2) тип товариства; 3) розмір статутного капіталу; 4) розмір резервного капіталу в разі його формування; 5) номінальну вартість і загальну кількість акцій, кількість кожного типу розміщених товариством акцій, зокрема кількість кожного класу привілейованих акцій у разі розміщення привілейованих акцій; 6) розмір дивідендів за привілейованими акціями кожного класу в разі їх розміщення товариством; 7) умови та порядок конвертації привілейованих акцій певного класу у прості акції товариства чи у привілейовані акції іншого класу в разі розміщення привілейованих акцій; 8) права акціонерів – власників привілейованих акцій кожного класу в разі розміщення привілейованих акцій; 9) наявність переважного права акціонерів приватного товариства на придбання акцій цього товариства, які пропонуються їх власником до продажу третій особі, та порядок його реалізації або відсутність такого права; 10) порядок повідомлення акціонерів про виплату дивідендів; 11) порядок скликання та проведення загальних зборів; 12) компетенцію загальних зборів; 13) спосіб повідомлення акціонерів про проведення загальних зборів та про зміни в порядку денному загальних зборів; 14) склад органів товариства та їхню компетенцію, порядок утворення, обрання і відкликання їхніх членів та ухвалення ними рішень, а також порядок зміни складу органів товариства та їхньої компетенції; 15) порядок внесення змін до статуту; 16) порядок припинення товариства. 6. Мінімальний розмір статутного капіталу АТ становить 1250 мінімальних заробітних плат виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства. Статутний капітал АТ визначає мінімальний розмір майна товариства, який гарантує інтереси його кредиторів. Власний капітал (вартість чистих активів) товариства – різниця між сукупною вартістю активів товариства та вартістю його зобов'язань перед іншими особами. 7. Порядок збільшення (зменшення) статутного капіталу АТ встановлюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку. 8. Статутом АТ може бути передбачено створення спеціального фонду для виплати дивідендів за привілейованими акціями. Порядок формування та використання такого фонду встановлюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку. 9. Органами АТ є загальні збори учасників, наглядова рада (у разі утворення) та виконавчий орган. Загальні збори учасників є вищим органом товариства

1	2
ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ (ТОВ)	1. ТОВ є юридичною особою і підлягає державній реєстрації відповідно до закону. 2. ТОВ є видом господарських товариств. 3. Мінімальна кількість учасників ТОВ – одна особа. Максимальна кількість учасників ТОВ не обмежена. 4. Учасники ТОВ не відповідають по його зобов'язаннях і несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, у межах вартості своїх вкладів. Учасники товариства, які не повністю внесли вклади, несуть солідарну відповідальність по його зобов'язаннях у межах вартості невнесеної частини вкладу будь-якого з учасників. 5. Установчим документом ТОВ є статут. Згідно з ч. 5 ст. 11 Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» у статуті товариства обов'язково зазначаються лише такі відомості: 1) повне та скорочене (за наявності) найменування товариства; 2) органи управління товариством, їхню компетенцію, порядок ухвалення ними рішень; 3) порядок вступу до товариства та виходу з нього. За бажання учасників ТОВ до статуту товариства можуть бути внесені й інші відомості, які відображають досягнуті домовленості. Згідно Закону можна не зазначати у статуті інформацію про розмір статутного капіталу, перелік учасників товариства, розмір та склад частки кожного із учасників, місцезнаходження товариства тощо. Натомість, зазначені відомості вносяться при державній реєстрації ТОВ або вчиненні інших реєстраційних дій до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, доступ до якого кожен охочий може отримати через офіційний веб-сайт Міністерства юстиції України. При створенні ТОВ учасники зобов'язані сформувати статутний капітал у повному обсязі протягом 6 місяців з дати державної реєстрації, якщо інше не встановлено статутом (раніше цей строк становив 1 рік). Указаний строк може бути зменшений або збільшений у статуті, проте лише за одностайним рішенням загальних зборів учасників, у яких взяли участь усі учасники товариства. Крім того, посилюється відповідальність за несвоєчасне внесення вкладу при первинному формуванні статутного капіталу, аж до виключення учасника товариства. 6. Мінімальний розмір статутного капіталу законодавчо не визначений. 7. Найменування товариства з обмеженою відповідальністю може містити найменування товариства, а також слова «товариство з обмеженою відповідальністю». 8. Вищим органом ТОВ є загальні збори його учасників.

1	2
ТОВАРИСТВО З ДОДАТКОВОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ (ТДВ)	1. ТДВ є юридичною особою і підлягає державній реєстрації відповідно до закону. 2. ТДВ є видом господарських товариств. 3. Мінімальна кількість учасників ТДВ – одна особа. 4. Учасники ТДВ солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність по його зобов'язаннях своїм майном у розмірі, який установлюється статутом товариства і є однаково кратним для всіх учасників до вартості внесеного кожним учасником вкладу. У разі визнання банкрутом одного з учасників ТДВ його відповідальність за зобов'язаннями товариства розподіляється між іншими учасниками товариства пропорційно до розміру належних їм часток у статутному капіталі. 5. Установчим документом ТДВ є статут. 6. Відсутні вимоги до формування статутного капіталу. З усіх інших питань створення, діяльності, управління, припинення до товариств з додатковою відповідальністю застосовуються законодавчі положення про товариства з обмеженою відповідальністю.
ПОВНЕ ТОВАРИСТВО (ПТ)	1. Повне товариство – юридична особа і підлягає державній реєстрації відповідно до закону. 2. ПТ є видом господарських товариств. 3. Засновниками ПТ можуть бути лише особи, зареєстровані як суб'єкти підприємництва. 4. Одна особа може бути засновником лише одного ПТ. 5. Мінімальна кількість учасників – від 2. 6. Учасник ПТ відповідає по боргах товариства незалежно від того, виникли ці борги до або після його вступу в товариство. У разі недостатності у ПТ майна для задоволення вимог кредиторів у повному обсязі, учасники повного товариства солідарно відповідають по зобов'язаннях товариства всім своїм майном, на яке може бути обернене стягнення. Учасник ПТ, який вибув із товариства, відповідає по зобов'язаннях товариства, які виникли до моменту його убування, на рівних правах з учасниками, які залишилися, упродовж трьох років з дня затвердження звіту про діяльність товариства за рік, у якому він вибув із товариства. 7. Установчим документом ПТ є засновницький договір. Повне товариство створюється і діє на підставі засновницького договору. Засновницький договір підписується всіма його учасниками. Засновницький договір ПТ містить: найменування юридичної особи, органи управління товариством, їх компетенція, порядок ухвалення ними рішень, порядок вступу до товариства і виходу з нього. Також визначаються зобов'язання учасників про створення товариства, порядок їхньої спільної діяльності щодо його створення, умови передачі товариству майна учасників; відомості про: розмір і склад складеного капіталу товариства; розмір і порядок зміни частки будь-якого з учасників у капіталі; розмір, склад і терміни внесення ними вкладів. 8. Відсутні вимоги до формування статутного капіталу ПТ. 9. Учасник ПТ не має права без згоди інших учасників здійснювати від свого імені і у своїх інтересах або на користь третіх осіб угоди, ідентичні тим, які складають предмет діяльності товариства. У разі порушення цього правила товариство має право на власний вибір вимагати від такого учасника або відшкодування заподіяних товариству збитків або передачі товариству всієї вигоди, придбаної по таких угодах. 10. Найменування ПТ може містити імена (найменування) всіх його учасників, слова «повне товариство» або містити ім'я (найменування) одного або декількох учасників з додаванням слів «і компанія», а також слова «повне товариство». 11. Управління діяльністю ПТ здійснюється за загальною згодою усіх учасників. Засновницьким договором товариства можуть бути передбачені випадки, коли рішення ухвалюються більшістю голосів учасників. Кожен учасник ПТ має один голос, якщо засновницьким договором не передбачений інший порядок визначення кількості голосів.

1	2
КОМАНДИТНЕ ТОВАРИСТВО (КТ)	1. Командитне товариство є юридичною особою і підлягає державній реєстрації відповідно до закону. 2. КТ є видом господарських товариств. 3. Засновниками КТ можуть бути лише особи, зареєстровані як суб'єкти підприємницької діяльності. 4. Мінімальна кількість учасників КТ – два або більше. 5. Дійсними членами КТ є так звані повні учасники (комплементарії), які діють від імені товариства і повністю відповідають за його зобов'язаннями всім своїм майном. Інша частина учасників або вкладників (командитисти), які не беруть участі в підприємницькій діяльності, зокрема в управлінні товариством, і відповідають лише в межах свого вкладу. 6. Установчим документом КТ є засновницький договір. КТ створюється і діє на підставі засновницького договору. Засновницький договір підписується всіма повними учасниками. Засновницький договір КТ, крім відомостей, передбачених ст.88 Цивільного кодексу України (від 16.01.2003 р. № 435-IV. Редакція від 04.07.2020 р.), може містити відомості: розмір і склад статутного капіталу товариства; розмір і порядок зміни частки будь-якого з повних учасників у статутному капіталі; сукупний розмір вкладів вкладників (командитистів). 7. Вимоги до формування статутного капіталу КТ відсутні. 8. Сукупний розмір вкладів вкладників (командитистів) не повинен перевищувати п'ятдесяти відсотків статутного капіталу повних вкладників. 9. Найменування КТ може містити імена (найменування) всіх повних учасників, слова «командитне товариство» або містити імена (найменування) хоч би одного повного учасника з наданням слів «і компанія», а також слова «командитне товариство». 10. Управління діяльністю КТ здійснюється повними учасниками. Вкладники (командитисти) не мають права брати участі в управлінні діяльністю командитного товариства і заперечувати проти дій повних учасників відносно управління діяльністю товариства. Вкладники КТ можуть діяти від імені товариства тільки за дорученням. Обов'язкова умова функціонування змішаного (командитного) товариства – здійснення управління тільки учасниками з повною відповідальністю (якщо в товаристві є тільки один учасник з повною відповідальністю, він управляє справами одноосібно).

1	2
КООПЕРАТИВ	1. Кооператив – юридична особам, має самостійний баланс, розрахунковий та інші рахунки в установах банків та може мати печатки. 2. Засновниками кооперативу можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, а також юридичні особи України та іноземних держав, які беруть участь у діяльності кооперативів через своїх представників. 3. Рішення про створення кооперативу приймається його установчими зборами. 4. Чисельність членів кооперативу не може бути меншою ніж три особи. Кооператив зобов'язаний вести облік своїх членів та видати кожному з них посвідчення про членство. 5. Статут кооперативу є правовим документом, що регулює його діяльність. 6. Вступ до кооперативу здійснюється на підставі письмової заяви. Особа, яка подала заяву про вступ до кооперативу, вносить вступний внесок і пай у порядку та розмірах, визначених його статутом. Рішення правління чи голови кооперативу про прийняття до кооперативу підлягає затвердженню загальними зборами його членів. Порядок прийняття такого рішення та його затвердження визначається статутом кооперативу. 7. У кооперативі допускається асоційоване членство для осіб, які визнають його статут та внесли пай. Асоційований член кооперативу – фізична чи юридична особа, яка внесла пайовий внесок і користується правом дорадчого голосу в кооперативі. При ліквідації кооперативу асоційований член кооперативу має переважне порівняно з членами кооперативу право на одержання паю. 8. Вищим органом управління кооперативу є загальні збори членів кооперативу. 9. Виконавчим органом кооперативу є правління, яке очолює голова, повноваження якого визначаються статутом кооперативу. Виконавчий орган підзвітний вищому органу управління кооперативу і несе перед ним відповідальність за ефективність роботи кооперативу.. 10. У кооперативі, в якому кількість членів перевищує 50 осіб, може утворюватися спостережна рада кооперативу, яка здійснює контроль за додержанням статуту кооперативу та контролем за діяльністю виконавчого органу управління кооперативу. Спостережна рада кооперативу обирається із числа членів кооперативу на загальних зборах кооперативу у кількості 3-5 чоловік, які працюють у раді на громадських засадах. Спостережна рада кооперативу підзвітна загальним зборам членів кооперативу. 11. Для контролю за фінансово-господарською діяльністю кооперативу обирається ревізійна комісія. У кооперативі, до складу якого входить менше ніж 10 членів, функції ревізійної комісії виконує ревізор. Ревізійна комісія (ревізор) підзвітна загальним зборам членів кооперативу і обирається загальними зборами з числа членів кооперативу у порядку, встановленому його статутом. Членами ревізійної комісії (ревізором) не можуть бути члени правління кооперативу чи його спостережної ради. 12. Для забезпечення статутної діяльності кооперативу у порядку, передбаченому статутом, формує пайовий, резервний, неподільний та спеціальний фонди. Пайовий фонд – майно кооперативу, що формується за рахунок паїв (у тому числі додаткових) членів та асоційованих членів кооперативу. Неподільний фонд створюється в обов'язковому порядку і формується за рахунок вступних внесків та відрахувань від доходу кооперативу. Цей фонд не може бути розподілений між членами кооперативу, крім випадків, передбачених законом. Порядок відрахувань до неподільного фонду частини доходу визначається статутом кооперативу. Резервний фонд створюється за рахунок відрахувань від доходу кооперативу, перерозподілу неподільного фонду, пожертвувань, безповоротної фінансової допомоги та за рахунок інших не заборонених законом надходжень для покриття можливих втрат (збитків). Спеціальний фонд створюється за рахунок цільових внесків членів кооперативу та інших передбачених законом надходжень для забезпечення його статутної діяльності і використовується за рішенням органів управління кооперативу. 13. Пай кожного члена кооперативу формується за рахунок разового внеску або часток протягом певного періоду. Майнові внески оцінюються у грошовій формі.

**ВИДИ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ НАСЕЛЕННЮ, ЯКІ МОЖУТЬ
НАДАВАТИСЯ 1-Ю ТА 2-Ю ГРУПОЮ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО
ПОДАТКУ**

- 1) Виготовлення взуття за індивідуальним замовленням
- 2) Послуги з ремонту взуття
- 3) Виготовлення швейних виробів за індивідуальним замовленням
- 4) Виготовлення виробів із шкіри за індивідуальним замовленням
- 5) Виготовлення виробів з хутра за індивідуальним замовленням
- 6) Виготовлення спіднього одягу за індивідуальним замовленням
- 7) Виготовлення текстильних виробів та текстильної галантереї за індивідуальним замовленням
- 8) Виготовлення головних уборів за індивідуальним замовленням
- 9) Додаткові послуги до виготовлення виробів за індивідуальним замовленням
- 10) Послуги з ремонту одягу та побутових текстильних виробів
- 11) Виготовлення та в'язання трикотажних виробів за індивідуальним замовленням
- 12) Послуги з ремонту трикотажних виробів
- 13) Виготовлення килимів та килимових виробів за індивідуальним замовленням
- 14) Послуги з ремонту та реставрації килимів та килимових виробів
- 15) Виготовлення шкіряних галантерейних та дорожніх виробів за індивідуальним замовленням
- 16) Послуги з ремонту шкіряних галантерейних та дорожніх виробів
- 17) Виготовлення меблів за індивідуальним замовленням
- 18) Послуги з ремонту, реставрації та поновлення меблів
- 19) Виготовлення теслярських та столярних виробів за індивідуальним замовленням

- 20) Технічне обслуговування та ремонт автомобілів, мотоциклів, моторолерів і мопедів за індивідуальним замовленням
- 21) Послуги з ремонту радіотелевізійної та іншої аудіо - і відеоапаратури
- 22) Послуги з ремонту електропобутової техніки та інших побутових приладів
- 23) Послуги з ремонту годинників
- 24) Послуги з ремонту велосипедів
- 25) Послуги з технічного обслуговування і ремонту музичних інструментів
- 26) Виготовлення металовиробів за індивідуальним замовленням
- 27) Послуги з ремонту інших предметів особистого користування, домашнього вжитку та металовиробів
- 28) Виготовлення ювелірних виробів за індивідуальним замовленням
- 29) Послуги з ремонту ювелірних виробів
- 30) Прокат розмов особистого користування та побутових товарів
- 31) Послуги з виконання фоторобіт
- 32) Послуги з оброблення плівок
- 33) Послуги з прання, оброблення білизни та інших текстильних виробів
- 34) Послуги з чищення та фарбування текстильних, трикотажних і хутрових виробів
- 35) Вичинка хутрових шкур за індивідуальним замовленням
- 36) Послуги перукарень
- 37) Ритуальні послуги
- 38) Послуги, пов'язані з сільським та лісовим господарством
- 39) Послуги домашньої прислуги
- 40) Послуги, пов'язані з очищенням та прибиранням приміщень за індивідуальним замовленням

ОБМЕЖЕННЯ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ НА СПРОЩЕНІЙ СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ

Обмеження	Пояснення
<i>1</i>	<i>2</i>
Види діяльності	Не можуть бути платниками Єдиного податку 1-3 груп: Юридичні особи і фізичні особи-підприємці, що здійснюють: 1) діяльність: - з організації, проведення азартних ігор; управління підприємствами; надання послуг пошти (крім кур'єрської діяльності) та зв'язку (крім діяльності, що не підлягає ліцензуванню); організації торгів (аукціонів) та продаж виробів та предметів мистецтва, колекціонування, антикваріату; організації, проведення гастрольних заходів; - у сфері фінансового посередництва (крім діяльності, що здійснюється страховими агентами, визначеними Законом про страхування, сюрвейєрами, аварійними комісарами та аджастерами, визначеними розділом III; 2) обмін іноземної валюти; 3) виробництво, експорт, імпорт, продажів підакцизних товарів (крім роздрібного продаж паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 л та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива, столових вин); 4) видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення (крім виробництва, постачання, продаж (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення напівдорогоцінного каміння); 5) видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення. Не можуть бути платниками єдиного податку: 1. ФОП, які здійснюють технічні випробування та дослідження, діяльність у сфері аудиту. 2. ФОП, які надають в оренду: - земельні ділянки, загальна площа яких перевищує 0,2 га; - житлові приміщення, загальна площа яких перевищує 100 м²; - нежитлові приміщення, загальна площа яких перевищує 300 м². 3. Страхові компанії, страхові брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, встанови накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії; реєстратори цінних паперів. 4. Суб'єкти господарювання, у статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичній особі, які не є платниками єдиного податку, не менше 25%. 4. Представництва, філії та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку. 5. ФОП та юридичні особи – нерезиденти. 6. Суб'єкти господарювання, які на день подання заяви про реєстрацію платником єдиного податку мають податковий борг, крім безнадійного податкового боргу, що виник внаслідок дії обставин непереборної сили. Не можуть бути платниками єдиного податку четвертої групи: - суб'єкти господарювання, у яких понад 50 відсотків доходу, отриманого від продаж сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки, становить дохід від реалізації декоративних

	рослин (за винятком зрізаних квітів, вирощених на угіддях, які належать сільськогосподарському товаровиробнику на праві власності або надані йому в користування, та продуктів їх переробки), диких тварин і птахів, хутряних виробів і хутра (крім хутрової сировини); - суб'єкти господарювання, що провадять діяльність з виробництва підакцизних товарів, крім виноматеріалів виноградних (коди згідно з УКТ ЗЕД 2204 29 - 2204 30), вироблених на підприємствах первинного виноробства для підприємств вторинного виноробства, які використовують такі виноматеріали для виробництва готової продукції; - суб'єкт господарювання, який станом на 1 січня базового (звітного) року має податковий борг, за винятком безнадійного податкового боргу, який виник внаслідок дії обставин непереборної сили (форс-мажорних обставин). Фізичні особи-підприємці, які: - здійснюють технічні випробування і дослідження; - здійснюють діяльність у сфері аудиту; - надають в оренду земельні ділянки (площею більше 0,2 га), житлові приміщення і/або їх частини (загальною площею більше 100 м²), нежитлові приміщення (споруди, будівлі) і/або їх частини (загальною площею більше 300 м²).
Вид суб'єкта господарювання	– Страхові брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові і страхові компанії, довірчі товариства, встанови накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і компанії, інші фінансові встанови, а також реєстратори цінних паперів. – Суб'єкти господарювання, в статутному капіталі яких сукупність часток, що належать юридичним особам – не єдинникам, рівна або перевищує 25 % . – Представництва, філії і інші відособлені підрозділи юридичної особи, що не є платником ЄП. – Фізичні особи і юридичні особи – нерезиденти. – Суб'єкти господарювання 4-ї групи, які на день подачі заяви про реєстрацію платником ЄП мають податковий борг.
Кількість найнятих робітників та обсяг доходу	Кількість найнятих робітників і допустимий упродовж календарного року обсяг доходу залежить від вибраної групи: – 1 група - найнятих робітників немає, обсяг доходу за рік – не більше 1 млн грн; – 2 група – кількість найманих працівників не повинна перевищувати 10 чоловік, обсяг річного доходу – не більше 5 млн грн; – 3 група – обсяг річного доходу не більше 7 млн грн, кількість найманих працівників необмежена.
Форма розрахунків	Платники 1-ї – 3-ї груп (як юридичні, так і ФОП) повинні здійснювати розрахунки за відвантажені товари (виконані роботи, надані послуги) виключно в грошовій формі.

ПОРІВНЯННЯ ЗАГАЛЬНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ТА СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ III ТА IV ГРУПИ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ

Загальна система оподаткування	Спрощена система оподаткування	
	III група	IV група
Види господарської діяльності		
Дозволено усе, що не заборонено законом взагалі	Будь-які види діяльності, окрім заборонених п. 291.5 ПКУ	ЮО: будь-які види діяльності, окрім заборонених п.291.5 ПКУ (з обмеженням $\geq 75\%$ частки сільгоспвиробництва) ФОП: виключно вирощування, відгодовування сільськогосподарської продукції, збирання, вилов, переробку власно вирощеної або відгодованої продукції та її продаж
Граничний обсяг доходів (ліміт доходу протягом календарного року)		
Не обмежений	7 млн грн	Немає обмежень
Об'єкт оподаткування		
Прибуток	Дохід, отриманий протягом звітного періоду	Площа сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільськогосподарського товаро-виробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди.
База оподаткування		
Грошове вираження об'єкта оподаткування, тобто прибуток у грошовій формі (базою нарахування податку є саме прибуток, а не всі надходження. Прибуток розраховується як доходи мінус витрати)	Дохід, виражений у грошовій формі (тобто виручка від реалізації послуг, яку платник єдиного податку отримує готівкою або безготівково за свої послуги)	Нормативна грошова оцінка одного гектара сільськогосподарських угідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень), з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного за станом на 1 січня базового податкового (звітного) року.
Ставка податку		
18 %	– 5% доходу неплатників ПДВ, – 3% доходу платників ПДВ	Ставка ЄП застосовується до грошової оцінки використовуваної землі. Ставка ЄП з 1 га сільгоспугодь або земель водного фонду залежить від категорії (типу) земель, їх розташування (у % до бази оподаткування)
Використання РРО		

Застосовують РРО	Юридичні особи застосовують РРО. ФОП: 1) РРО не застосовується, якщо доходи протягом календарного року не перевищують 1 млн грн, після першого такого перевищення РРО застосовується протягом реєстрації ФОП як платника єдиного податку. 2) РРО обов'язково застосовується при реалізації технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту, а також лікарських засобів та виробів медичного призначення.	Юридичні особи застосовують РРО. ФОП: РРО не застосовується, якщо доходи протягом календарного року не перевищують 1 млн грн, після першого такого перевищення РРО застосовується протягом реєстрації ФОП як платника єдиного податку.
Бартерні операції, вексельні розрахунки, взаємозаліки		
Дозволені бартери і взаємозаліки	Дозволена тільки готівкова і безготівкова форма розрахунків	Дозволені бартери і взаємозаліки

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВИБОРУ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

Вид діяльності суб'єкта підприємницької діяльності	Рекомендована система оподаткування
Надання бізнес-послуг	спрощена система оподаткування – третя група платників єдиного податку без ПДВ (за ставкою 5%)
Надання виключно побутових послуг	спрощена система оподаткування – перша або друга група платників єдиного податку залежно від наявності найманих працівників та запланованого обсягу виручки
Здійснення роздрібної торгівлі (крім торгівлі алкоголем, тютюном, паливом, автомобілями, ювелірними виробами)	спрощена система оподаткування – друга група платників єдиного податку
Роздрібна торгівля пивом або столовими винами	спрощена система оподаткування – друга група платників єдиного податку
Торгівля підакцизними товарами (алкоголь, тютюн, автомобілі)	загальна система оподаткування, але якщо виручка за 12 місяців не перевищує 1 млн грн, то при цьому не обов'язково реєструватися платником ПДВ
Торгівля ювелірними виробами	спрощена система оподаткування – третя група платників єдиного податку (за умови, що націнка на продукцію буде складати не менше за 20% роздрібної ціни)
Виробництво товарів (крім підакцизних) у невеликих обсягах (менше 5 млн грн на рік)	спрощена система оподаткування – друга група платників єдиного податку

Додатково:

1. Якщо планується, що у суб'єкта підприємницької діяльності обсяги реалізації будуть перевищувати 5 млн грн (але не більше 7 млн грн на рік), доцільно обрати:

- спрощену систему оподаткування – третя група платників єдиного податку за ставкою 3%, зі сплатою ПДВ, у разі придбання сировини та матеріалів у платників ПДВ;

- спрощену систему оподаткування – третя група платників єдиного податку за ставкою 5%, без сплати ПДВ, у разі придбання сировини та матеріалів у неплатників ПДВ.

2. У разі планування здійснення оптової торгівлі у обсягах більше 7 млн грн на рік доведеться обрати загальну систему оподаткування з ПДВ, але якщо виручка не буде перевищує цю суму, то є вибір: обрати загальну систему або спрощену систему оподаткування. У такому разі:

- можна обрати загальну систему оподаткування, якщо націнка на продукцію планується менша за 15% ціни продажу;

- якщо покупцями будуть неплатники ПДВ, а націнка більша за 20% ціни продажу, можна обрати спрощену систему оподаткування за ставкою 5% (без ПДВ);

- якщо планується придбати товари у платників ПДВ та реалізовувати також платникам ПДВ, а націнка планується у розмірі більше за 20% ціни продажу, можна обрати спрощену систему оподаткування із сплатою ПДВ, ставка єдиного податку складатиме при цьому 3%.

3. Якщо створюється юридична особа і націнка планується менша за 10-12% від роздрібної ціни, то можна обрати загальну систему оподаткування.

4. Якщо створюється юридична особа і націнка планується більше за 25-30% від роздрібної ціни, то рекомендується обрати спрощену систему оподаткування.

5. Якщо створюється юридична особа і націнка планується у розмірі 15-20% від роздрібної ціни, то рекомендується обрати загальну систему оподаткування, якщо не планується бути платником ПДВ, а у разі ж сплати ПДВ, краще буде обрати спрощену систему оподаткування.

ЗРАЗОК ЗАПОВНЕННЯ ЗАЯКИ ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ-ПІДПРИЄМЦЯ

форма 1

ЗАЯВА
щодо державної реєстрації фізичної особи - підприємця
(з 01 червня 2020 року)

Відомості про реєстраційну дію (обирається одна із реєстраційних дій)

☒ Державна реєстрація фізичної особи підприємцем
☐ Державна реєстрація змін до відомостей про фізичну особу - підприємця

☐ Включення відомостей про фізичну особу - підприємця
☐ Державна реєстрація припинення підприємницької діяльності фізичною особою - підприємцем

Прим. Заява заповнюється друкованими літерами. У разі відсутності відомостей відповідні сторінки заяви не заповнюються і не подаються. Для державної реєстрації припинення підприємницької діяльності фізичною особою - підприємцем необхідно вказати реєстраційний номер облікової картки платника податків або у випадку, передбаченому законом, паспортні дані такої особи. Усі інші поля заяви не заповнюються.

Відомості про зміни (у разі державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу - підприємця)

☐ Зміна прізвища та/або імені та/або по батькові
☐ Зміна громадянства
☐ Зміна місцезнаходження
☐ Зміна інформації для здійснення зв'язку
☐ Зміна особи, яка може вчиняти дії від імені фізичної особи - підприємця, або відомостей про таку особу

☐ Зміна реєстраційного номера облікової картки платника податків
☐ Зміна паспортних даних
☐ Зміна видів економічної діяльності
☐ Зміна документа про створення сімейного фермерського господарства

Прощу зареєструвати зміни до відомостей про фізичну особу - підприємця протягом: ☐ 24-х годин ☐ 6-и годин ☐ 2-х годин

Прим. Відомості про фізичну особу (прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), дата народження, реєстраційний номер облікової картки платника податків або у випадку, передбаченому законом, паспортні дані) заповнюються незалежно від обраних змін. Для відображення змін необхідно заповнити поля заяви щодо відомостей, що зазнали змін, з урахуванням таких змін. Для включення або виключення виду економічної діяльності вказується відповідний код та знак "+" або "-". Для зміни основного виду економічної діяльності заповнюється перший рядок.

Відомості про реєстрацію до 1 липня 2004 року (у разі включення відомостей про фізичну особу - підприємця)

Дата реєстрації _____
 Найменування органу реєстрації _____

д д . м м . р р р р

Відомості про фізичну особу - підприємця

Прізвище Ж Е Л І Н С Ь К И Й
 Ім'я В І Т А Л І Й
 По батькові (за наявності) М И К О Л А Й О В И Ч
 Дата народження 2 4 . 0 8 . 1 9 9 1
 Унікальний номер запису в ЄДДР (за наявності) 1 2 3 4 5 6 7 8 - 1 2 3 4 5

Реєстраційний номер облікової картки платника податків або паспортні дані (серія/номер або номер) _____
 _____ / _____

Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.

Країна громадянства У К Р А Ї Н А

_____ ПП _____
 підпис дата

0 1 . 0 6 . 2 0 2 0

ЗРАЗОК ЗАПОВНЕННЯ ЗАЯКИ ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ЮРИДИЧНОЇ ОСОБИ

ЗАЯВА		форма 2
щодо державної реєстрації юридичної особи (крім громадських формувань та органів влади)		
(з 01 червня 2020 року)		
Відомості про реєстраційну дію (обирається одна із реєстраційних дій)		
☐ Державна реєстрація створення юридичної особи ☐ Державна реєстрація змін до відомостей про юридичну особу	☐ Включення відомостей про юридичну особу ☐ Державна реєстрація припинення юридичної особи	
<i>Прим. Заява заповнюється друкованими літерами. У разі відсутності відомостей відповідні сторінки заяви не заповнюються і не подаються. Для державної реєстрації припинення юридичної особи необхідно вказати ідентифікаційний код такої особи, стан відомостей про кінцевого бенефіціарного власника (у разі реорганізації) та заповнити відомості на сторінці 10 заяви. Усі інші поля заяви не заповнюються.</i>		
Відомості про зміни (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу)		
☐ Зміна найменування ☐ Зміна місцезнаходження ☐ Зміна органів управління ☐ Зміна засновників (учасників) або відомостей про таких осіб ☐ Зміна інформації для здійснення зв'язку ☐ Зміна особи, яка може вчиняти дії від імені юридичної особи, або відомостей про таку особу ☐ Перехід на діяльність на підставі модельного статуту ☐ Перехід з модельного статуту на діяльність на підставі власного установчого документа ☐ Внесення відомостей про юридичну особу, правонаступником якої є юридична особа (у разі приєднання) ☐ Зміна державного органу, до сфери управління якого належить юридична особа публічного права	☐ Зміна розміру статутного (складеного) капіталу (пайового фонду) ☐ Зміна установчих документів ☐ Зміна керівника або відомостей про керівника ☐ Зміна видів економічної діяльності ☐ Внесення відомостей про правонаступника (у разі виділу)	
Стан відомостей про кінцевого бенефіціарного власника: ☐ в актуальному стані ☐ потребують оновлення (сторінки 2 або 3)		
Прошу зареєструвати зміни до відомостей про юридичну особу протягом: ☐ 24-х годин ☐ 6-и годин ☐ 2-х годин		
<i>Прим. Стан відомостей про кінцевого бенефіціарного власника для юридичних осіб, визначених законом, заповнюється завжди незалежно від обраних змін, а також у разі реорганізації таких юридичних осіб. Відомості про ідентифікаційний код юридичної особи заповнюються незалежно від обраних змін. Для відображення змін необхідно заповнити поля заяви щодо відомостей, що зазнали змін, з урахуванням таких змін. Для включення або виключення виду економічної діяльності вказується відповідний код та знак "+" або "-". Для зміни основного виду економічної діяльності заповнюється перший рядок.</i>		
Відомості про реєстрацію до 1 липня 2004 року (у разі включення відомостей про юридичну особу)		
Дата реєстрації		д д . м м . р р р р
Найменування органу реєстрації		
Відомості про юридичну особу		
Найменування:		
організаційно-правова форма		
Т О В А Р И С Т В О З О Б М Е Ж Е Н О Ю В І Д П О В І Д А Л Ь		
назва		
" З Р А З О К "		
Ідентифікаційний код (крім випадку державної реєстрації створення юридичної особи)		
0 1 . 0 6 . 2 0 2 0		
_____ підпис		_____ дата

(з 01 червня 2020 року)	2 сторінка	форма 2
Відомості про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи №1		
Тип дії (у разі обрання графи "потребують оновлення" на сторінці 1 заяви):		
☐ зміна відомостей	☐ включення	☐ виключення
Кінцевий бенефіціарний власник юридичної особи:		
☒ наявний	☐ відсутній з причини:	
Прізвище	Ж Е Л І Н С Ь К И Й	
Ім'я	В І Т А Л І Й	
По батькові (за наявності)	М И К О Л А Й О В И Ч	
Дата народження	Ресстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)	
2 4 . 0 8 . 1 9 9 1	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	
Унікальний номер запису в ЄДДР (за наявності)	Паспортні дані (серія/номер або номер)	
1 2 3 4 5 6 7 8 - 1 2 3 4 5	А А / 0 9 8 7 6 5	
Країна громадянства	У К Р А І Н А	
Місце проживання: країна	У К Р А І Н А	
0 2 0 0 2	індекс	☐ Автономна Республіка Крим ☐ область ☒ м. Київ ☐ м. Севастополь
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)		
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)		
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)		
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)		
Д Н І П Р О В С Ь К И Й		
назва іменованого об'єкта (за наявності)		
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо		
В У Л И Ц Я Є В Г Е Н А С В Е Р С Т Ю К А		
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення
1 5		
номер приміщення		
Прим. Місце проживання в іноземній країні зазначається з урахуванням особливостей присвоєння адрес в такій країні.		
Відсоток частки статутного капіталу в юридичній особі або відсоток права голосу в юридичній особі		
5 0		
Тип бенефіціарного володіння:		
☒ прямий вирішальний вплив	☐ непрямий вирішальний вплив	
Прим. Відомості про кінцевого бенефіціарного власника заповнюються у разі державної реєстрації створення юридичної особи, визначеної законом, а також у разі обрання графи "потребують оновлення" на сторінці 1 заяви. Якщо осіб, які є кінцевими бенефіціарними власниками, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 2 заяви. При цьому в полі "Відомості про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи" проставляється відповідно символ та число "№1", "№2" і т.д.		
_____ підпис		0 1 . 0 6 . 2 0 2 0 дата

(з 01 червня 2020 року)	4 сторінка	форма 2	
Скорочене найменування (за наявності)			
Т О В " З Р А З О К "			
Найменування англійською мовою (за наявності)			
Скорочене найменування англійською мовою (за наявності)			
Місцезнаходження: 0 1 0 0 1 індекс Автономна Республіка Крим область V м. Київ м. Севастополь			
назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя) 			
назва району (для населених пунктів районного підпорядкування) 			
тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя) 			
назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом) 			
Ш Е В Ч Е Н К І В С Ь К И Й			
назва іменованого об'єкта (за наявності) 			
тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо 			
П Р О В У Л О К Р И Л Ь С Ь К И Й			
номер будинку	номер корпусу	тип приміщення	
1 0			
Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим:			
1 6 9 . 1 0	6	11	16
2 7 0 . 1 0	7	12	17
3	8	13	18
4	9	14	19
5	10	15	20
Прим. Якщо видів економічної діяльності більше ніж позів, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 4 заяви. При цьому в полі "Види економічної діяльності, у тому числі основний, який вказується першим" проставляється відповідно символ та число "№1", "№2" і т.д.			
Вид установчого документа: V модельний статут інший:			
Редакція модельного статуту: V за замовчуванням обрана засновниками (учасниками) (цифровий код модельного статуту):			
Розмір статутного (складеного) капіталу (пайового фонду) 1 0 0 0 0 0 0 грн.			
Назви органів управління			
З А Г А Л Ь Н І З Б О Р И У Ч А С Н И К І В			
Д И Р Е К Т О Р			
_____ підпис 0 1 . 0 6 . 2 0 2 0 дата			

Засновник/учасник: №1

тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу):

☐

зміна відомостей

☐

включення

☐

виключення

прізвище

Ж Е Л І Н С Ь К И Й

ім'я

В І Т А Л І Й

по батькові (за наявності)

М И К О Л А Й О В И Ч

дата народження

2 4 . 0 8 . 1 9 9 1

реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

унікальний номер запису в ЄДДР (за наявності)

1 2 3 4 5 6 7 8 - 1 2 3 4 5

паспортні дані (серія/номер або номер)

А А / 0 9 8 7 6 5

країна громадянства

У К Р А І Н А

або найменування юридичної особи

ідентифікаційний код юридичної особи (за наявності)

місце проживання (місцезнаходження): країна

У К Р А І Н А

0 2 0 0 2

індекс

☐

Автономна Республіка Крим

☐

область

☒

м. Київ

☐

м. Севастополь

назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)

назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)

тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)

назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)

Д Н І П Р О В С Ь К И Й

назва іменованого об'єкта (за наявності)

тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо

В У Л И Ц Я Є В Г Е Н А С В Е Р С Т Ю К А

номер будинку

1 5

номер корпусу

тип приміщення

номер приміщення

Прим. Місце проживання (місцезнаходження) в іноземній країні зазначається з урахуванням особливостей присвоєння адрес в такій країні.

номер телефону та/або адреса електронної пошти засновника/учасника (за бажанням)

+ 3 8 0

розмір частки в статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді)

5 0 0 0 0

грн.

Прим. Якщо осіб, які є засновниками/учасниками, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 5 заяви. При цьому в полі "Засновник/учасник" проставляється відповідно символ та число "№1", "№2" і т.д.

ПП

підпис

0 1 . 0 6 . 2 0 2 0

дата

Засновник/учасник: №2

тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу):

☐

зміна відомостей

☐

включення

☐

виключення

прізвище

Л Е Щ Е Н К О

ім'я

А Н А Т О Л І Й

по батькові (за наявності)

О Л Е К С І Й О В И Ч

дата народження

0 1 . 1 2 . 1 9 9 1

реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності)

0 9 8 7 6 5 4 3 2 1

унікальний номер запису в ЄДПР (за наявності)

паспортні дані (серія/номер або номер)

А А / 1 2 3 4 5 6

країна громадянства

У К Р А І Н А

або найменування юридичної особи

ідентифікаційний код юридичної особи (за наявності)

місце проживання (місцезнаходження): країна

У К Р А І Н А

0 2 0 0 2 індекс

☐

Автономна Республіка Крим

☐

область

☐

м. Київ

☐

м. Севастополь

назва області (крім Автономної Республіки Крим, м. Києва та Севастополя)

назва району (для населених пунктів районного підпорядкування)

тип (місто, селище міського типу чи село) та назва населеного пункту (крім м. Києва та Севастополя)

назва району в населеному пункті (для міст з районним поділом)

Д Н І П Р О В С Ь К И Й

назва іменованого об'єкта (за наявності)

тип (площа, вулиця, провулок тощо) та назва площі, вулиці, провулку тощо

В У Л И Ц Я Є В Г Е Н А С В Е Р С Т Ю К А

номер будинку

1 5

номер корпусу

тип приміщення

номер приміщення

Прим. Місце проживання (місцезнаходження) в іноземній країні зазначається з урахуванням особливостей присвоєння адрес в такій країні.

номер телефону та/або адреса електронної пошти засновника/учасника (за бажанням)

+ 3 8 0

розмір частки в статутному (складеному) капіталі (пайовому фонді)

5 0 0 0 0 0

грн.

Прим. Якщо осіб, які є засновниками/учасниками, більше ніж одна, заповнюється відповідна кількість аркушів сторінки 5 заяви. При цьому в полі "Засновник/учасник" проставляється відповідно символ та число "№1", "№2" і т.д.

ПП

підпис

0 1 . 0 6 . 2 0 2 0

дата

Керівник:

тип дії (у разі державної реєстрації змін до відомостей про юридичну особу):

☐

зміна керівника

☐

зміна відомостей про керівника

прізвище

Ж Е Л І Н С Ь К И Й

ім'я

В І Т А Л І Й

по батькові (за наявності)

М И К О Л А Й О В И Ч

дата народження

2 4 . 0 8 . 1 9 9 1

унікальний номер запису в ЄДРПР (за наявності)

1 2 3 4 5 6 7 8 - 1 2 3 4 5

реєстраційний номер облікової картки платника податків або

0 9 8 7 6 5 4 3 2 1

паспортні дані (серія/номер або номер)

/

Прим. Паспортні дані вказуються виключно для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта.

номер телефону та/або адреса електронної пошти керівника (за бажанням)

+ 3 8 0

обмеження щодо представництва юридичної особи:

☒

відсутні

☐

наявні:

Найменування державного органу, до сфери управління якого належить юридична особа публічного права (за наявності):

ідентифікаційний код

Інформація для здійснення зв'язку з юридичною особою:

номер телефону та/або

+ 3 8 0 1 1 1 1 1 1 1 1 1

додатково номер телефону/факсу (за бажанням)

+ 3 8 0

адреса електронної пошти

адреса сторінки в мережі Інтернет (за бажанням)

Відомості про заявника та спосіб отримання виписки в паперовій формі (у випадку подання заяви в паперовій формі)

Прізвище

Ж Е Л І Н С Ь К И Й

Ім'я

В І Т А Л І Й

По батькові (за наявності)

М И К О Л А Й О В И Ч

Паспортні дані (серія/номер або номер)

А А / 0 9 8 7 6 5

Номер телефону

+ 3 8 0

Проху надати виписку у паперовій формі (за бажанням)

☒

особисто заявнику

☐

поштовим відправленням на адресу місцезнаходження

П П

підпис

0 1 . 0 6 . 2 0 2 0

дата

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
РОЗДІЛ I. ОСНОВИ ТЕОРІЇ БІЗНЕСУ	
ТЕМА 1. ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА	
1.1. Поняття та історія розвитку підприємництва.....	5
1.2. Бізнес і підприємництво: тотожність та відмінність понять.....	7
1.3. Елементи системи бізнесу.....	10
1.4. Поняття підприємницької діяльності, її ознаки та принципи.....	13
1.5. Основні функції підприємництва та їх характеристика.....	18
1.6. Суб'єкти та об'єкти підприємницької діяльності.....	19
1.7. Рушійні сили підприємництва.....	21
<i>Визначення термінів.....</i>	<i>24</i>
<i>Питання до обговорення.....</i>	<i>25</i>
<i>Тестові завдання.....</i>	<i>26</i>
<i>Ситуаційні завдання.....</i>	<i>30</i>
<i>Теми презентацій.....</i>	<i>34</i>
<i>Рекомендована література.....</i>	<i>35</i>
ТЕМА 2. ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ ТА ЙОГО СКЛАДОВІ ЕЛЕМЕНТИ	
2.1. Поняття підприємницького середовища та його складові.....	36
2.2. Фактори, що формують підприємницьке середовище.....	39
2.3. Елементи внутрішнього середовища підприємництва.....	51
2.4. Зовнішнє середовище підприємництва та його елементи.....	53
<i>Визначення термінів.....</i>	<i>58</i>
<i>Питання до обговорення.....</i>	<i>59</i>
<i>Тестові завдання.....</i>	<i>60</i>
<i>Ситуаційні завдання.....</i>	<i>63</i>
<i>Теми презентацій.....</i>	<i>64</i>
<i>Рекомендована література.....</i>	<i>65</i>
ТЕМА 3. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ	
3.1. Державне регулювання бізнесу: поняття, мета та необхідність.....	66
3.2. Державна підтримка розвитку бізнесу.....	71
3.3. Інфраструктура підтримки підприємництва в Україні.....	77
3.4. Політика підтримки підприємницької діяльності в країнах світу.....	81

<i>Визначення термінів</i>	87
<i>Питання до обговорення</i>	88
<i>Тестові завдання</i>	89
<i>Ситуаційні завдання</i>	94
<i>Теми презентацій</i>	95
<i>Рекомендована література</i>	95

ТЕМА 4. ОБМЕЖЕННЯ У ЗДІЙСНЕННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

4.1. Типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності.....	97
4.2. Ліцензування підприємницької діяльності: поняття, підстави та принципи.....	100
4.3. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.....	105
4.4. Особливості процесу ліцензування.....	
4.5. Суб'єктивні обмеження в здійсненні підприємницької діяльності.....	106
<i>Визначення термінів</i>	113
<i>Питання до обговорення</i>	114
<i>Тестові завдання</i>	115
<i>Ситуаційні завдання</i>	116
<i>Теми презентацій</i>	118
<i>Рекомендована література</i>	120

ТЕМА 5. ВИДИ ТА ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

5.1. Основні форми підприємництва.....	121
5.2. Малий бізнес.....	128
5.3. Соціальне підприємництво.....	132
<i>Визначення термінів</i>	137
<i>Питання до обговорення</i>	138
<i>Тестові завдання</i>	139
<i>Ситуаційні завдання</i>	141
<i>Теми презентацій</i>	144
<i>Рекомендована література</i>	145

ТЕМА 6. ОСОБИСТІ ЯКОСТІ УСПІШНОГО ПІДПРИЄМЦЯ

6.1. Якості підприємця, які сприяють успіху в бізнесі.....	146
6.2. Емоційний інтелект як важлива складова досягнення успіху.....	150
6.3. Історії успішних людей, кар'єра яких розпочалася з невдач.....	153
<i>Визначення термінів</i>	155
<i>Питання до обговорення</i>	156
<i>Тестові завдання</i>	157

<i>Ситуаційні завдання</i>	159
<i>Теми презентацій</i>	160
<i>Рекомендована література</i>	161

РОЗДІЛ І. МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ БІЗНЕСУ

ТЕМА 7. ЛОГІКА ПРОЦЕСУ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ

7.1. Поняття логіки процесу створення власної справи.....	162
7.2. Розробка концепції бізнесу.....	165
7.3. Бізнес-ідеї підприємницької діяльності.....	169
7.4. Сфери підприємницької діяльності.....	175
7.5. Планування успіху підприємницького проєкту.....	177
7.6. Реалізація підприємницького проєкту.....	180
<i>Визначення термінів</i>	182
<i>Питання до обговорення</i>	183
<i>Тестові завдання</i>	184
<i>Ситуаційні завдання</i>	189
<i>Теми презентацій</i>	191
<i>Рекомендована література</i>	191

ТЕМА 8. ВИБІР СПОСОБУ ВХОДЖЕННЯ У БІЗНЕС

8.1. Можливі способи входження у бізнес.....	192
8.2. Створення бізнесу «з нуля».....	193
8.3. Придбання існуючого бізнесу.....	195
8.4. Бізнес за франшизою.....	197
8.5. Прямий та мережевий маркетинг.....	199
8.6. Фріланс та консультування.....	203
<i>Визначення термінів</i>	205
<i>Питання до обговорення</i>	207
<i>Тестові завдання</i>	207
<i>Ситуаційні завдання</i>	211
<i>Теми презентацій</i>	211
<i>Рекомендована література</i>	212

ТЕМА 9. ОСОБЛИВОСТІ ЗАПОЧАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ ПО ФРАНШИЗИ

9.1. Історія франчайзингу.....	213
9.2. Характеристика типів франчайзингу	217
9.3. Переваги франчайзингу для франчайзера	223
9.4. Переваги й недоліки франчайзингу для франчайзі	224
9.5. Франчайзинговий договір	226
9.6. Оцінка франчайзингу	227
<i>Визначення термінів</i>	231
<i>Питання до обговорення</i>	233

<i>Тестові завдання</i>	233
<i>Ситуаційні завдання</i>	236
<i>Теми презентацій</i>	236
<i>Рекомендована література</i>	237

ТЕМА 10. ВИБІР ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

10.1. Види організаційно-правових форм підприємницької діяльності.....	238
10.2. Особливості основних організаційних форм підприємництва.....	256
10.3. Критерії оцінки організаційно-правових форм підприємницької діяльності.....	267
10.4. Види об'єднання підприємств.....	269
<i>Визначення термінів</i>	277
<i>Питання до обговорення</i>	280
<i>Тестові завдання</i>	282
<i>Ситуаційні завдання</i>	287
<i>Теми презентацій</i>	291
<i>Рекомендована література</i>	292

ТЕМА 11. РІЗНОВИДИ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

11.1. Система оподаткування підприємств, її функції та призначення.....	294
11.2. Особливості спрощеної системи оподаткування.....	302
11.3. Особливості ведення бізнесу на загальній системі оподаткування.....	313
11.4. Єдиний соціальний внесок: платники, розмір, ставки.....	319
11.5. Вибір оптимальної системи оподаткування для бізнесу....	321
<i>Визначення термінів</i>	325
<i>Питання до обговорення</i>	327
<i>Тестові завдання</i>	329
<i>Ситуаційні завдання</i>	335
<i>Теми презентацій</i>	337
<i>Рекомендована література</i>	337

ТЕМА 12. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

12.1. Основні положення процедури державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності.....	339
12.2. Порядок державної реєстрації фізичної особи-підприємця.	344
12.3. Порядок державної реєстрації юридичної особи.....	350
12.4. Особливості державної реєстрації фермерського господарства.....	353
<i>Визначення термінів</i>	359

<i>Питання до обговорення</i>	360
<i>Тестові завдання</i>	361
<i>Ситуаційні завдання</i>	365
<i>Теми презентацій</i>	367
<i>Рекомендована література</i>	367

ТЕМА 13. СИСТЕМА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФУНКЦІОНУВАННЯ БІЗНЕСУ

13.1. Інформаційно-технологічні системи та їх роль у забезпеченні функціонування бізнесу.....	369
13.2. Реклама як елемент системи забезпечення функціонування бізнесу.....	371
13.3. Бізнес-освіта в системі інфраструктурного забезпечення підприємництва.....	374
13.4. Консалтингові послуги.....	376
<i>Визначення термінів</i>	380
<i>Питання до обговорення</i>	381
<i>Тестові завдання</i>	381
<i>Теми презентацій</i>	383
<i>Рекомендована література</i>	383

<i>Додаток А. Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності, пов'язані із використанням земельної ділянки</i>	384
<i>Додаток Б. Перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню</i>	387
<i>Додаток В. Методи пошуку підприємницьких ідей</i>	390
<i>Додаток Г. Фактори, які пов'язані з провалами реалізації бізнес-ідей.</i>	392
<i>Додаток Д. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання (КОПФГ)</i>	394
<i>Додаток Е. Основні риси поширених організаційно-правових форм юридичної особи</i>	397
<i>Додаток Ж. Види побутових послуг населенню, які можуть надаватися 1-ю та 2-ю групою платників єдиного податку</i>	403
<i>Додаток К. Обмеження для суб'єктів господарювання на спрощеній системі оподаткування</i>	405
<i>Додаток Л. Порівняння загальної системи оподаткування та спрощеної системи ііі та іv групи платників єдиного податку</i>	407
<i>Додаток М. Рекомендації щодо вибору системи оподаткування</i>	409
<i>Додаток Н. Зразок заповнення заявки щодо державної реєстрації фізичної особи-підприємця</i>	411
<i>Додаток О. Зразок заповнення заявки щодо державної реєстрації юридичної особи</i>	413

Навчальне видання

СМЕНТИНА Наталія Валентинівна

д.е.н., завідувачка кафедри економіки, права та управління бізнесом

ДОБРОВА Наталя Василівна

к.е.н., доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом

ФІАЛКОВСЬКА Анастасія Андріївна

к.е.н., доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом

ЯНКОВИЙ Володимир Олександрович

к.е.н., доцент кафедри економіки, права та управління бізнесом

РЕПУШЕВСЬКА Юлія Олександрівна

к.е.н., викладач кафедри економіки, права та управління бізнесом

КАРАЖИЯ Едуард Андрійович

старший викладач кафедри економіки, права та управління бізнесом

ОСНОВИ БІЗНЕСУ

(за загальною редакцією д.е.н., проф. Н. В. Сментини)

Коректор: С.О. Бондар