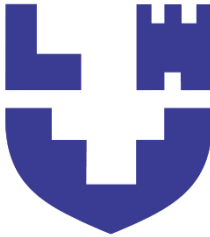


Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет



ОРГАНІЗАЦІЯ ТА РОЗВИТОК ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка» денної та заочної форм навчання

Луцьк 2025

УДК 330.3 (07)
О-641

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в
репозитарій ЛНТУ
Директор бібліотеки Н.П. Поліщук

Рекомендовано до видання вченою радою факультету бізнесу та права
ЛНТУ, протокол № від «_____» 2025 року.
Голова вченої ради факультету бізнесу та права Л.Л. Ковальська

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри економіки ЛНТУ, протокол №
від «_____» 2025 року.
Завідувач кафедри економіки О.М. Шубалий

Укладачі: А.І. Гордійчук, кандидат економічних наук, доцент кафедри
економіки ЛНТУ
_____ П.М. Косінський, доктор філософії, старший викладач
кафедри економіки ЛНТУ

Рецензент: І.В. Шубала, кандидат економічних наук, доцент кафедри
економіки ЛНТУ

Відповідальний за випуск: _____ О. М. Шубалий, доктор
економічних наук, професор кафедри економіки ЛНТУ

Організація та розвиток власного бізнесу : конспект лекцій для
здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
О-641 галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності
051 «Економіка» освітньої програми «Економіка» денної та заочної
форм навчання / уклад. А.І. Гордійчук, П.М. Косінський. Луцьк :
ЛНТУ, 2025. 126 с.

Методичне видання складене відповідно до діючої програми курсу
«Організація та розвиток власного бізнесу». Видання містить теоретичний матеріал
лекцій та список рекомендованої літератури.

© А.І. Гордійчук, П.М. Косінський, 2025

ЗМІСТ

Вступ	4
<i>Змістовий модуль 1. Теоретичні засади створення власного бізнесу</i>	<i>5</i>
Тема 1. Бізнес (підприємництво) та господарська діяльність	5
Тема 2. Державна регуляторна політика	14
Тема 3. Суб'єктивно-психологічні та етичні проблеми бізнесу	24
Тема 4. Економічні та правові засади підприємництва	34
Тема 5. Створення бізнесу	42
Тема 6. Форми організації бізнесу	48
<i>Змістовий модуль 2. Практичні основи організації та створення власного бізнесу</i>	<i>55</i>
Тема 7. Реєстрація підприємницької діяльності	55
Тема 8. Бізнес-планування	61
Тема 9. Створення та розвиток стартапів	68
Тема 10. Зовнішньоекономічна діяльність в бізнесі	76
Тема 11. Економічна безпека та управління ризиками в бізнесі	83
Тема 12. Особливості організації та розвитку бізнесу в окремих сферах діяльності	102
Список рекомендованої літератури	120

Вступ

Даний конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка» денної та заочної форм навчання допоможе у вивченні теоретичної складової курсу дисципліни «Організація та розвиток власного бізнесу».

Після вивчення теоретичної складової дисципліни «Організація та розвиток власного бізнесу» у студентів мають бути сформовані професійні компетентності, що складаються з відповідних знань та вмінь.

Студенту необхідно знати:

- роль та значення підприємницької діяльності для розвитку суспільного виробництва;
- особливості здійснення підприємницької діяльності в Україні та за її межами;
- законодавчу базу, що регулює розвиток підприємництва в Україні;
- значення провідних напрямів та професій у підприємницькій діяльності;
- механізм створення власної справи, методику складання бізнес-плану й аналіз діяльності підприємств.

Студент повинний вміти:

- організувати власну справу;
- здійснювати підготовку засновницьких документів
- розробляти бізнес-план;
- налагоджувати зв'язки з установами, що забезпечують функціонування підприємств;
- на стереотипному рівні використовувати набуті знання в практичній організаційно-економічній діяльності.

Змістовний модуль 1. Теоретичні засади створення власного бізнесу.

Тема 1. Бізнес (підприємництво) та господарська діяльність.

1. *Бізнес та його історичний розвиток.*
2. *Соціально-економічні функції та складові підприємництва.*
3. *Моделі та види бізнесу.*
4. *«Зелений» бізнес і соціальне підприємництво як напрями формування нової парадигми господарювання в умовах сталого розвитку.*
5. *Підприємництво як вид господарської діяльності.*
6. *Конкуренція як фактор розвитку власного бізнесу.*

1. Бізнес та його історичний розвиток

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

Бізнес - це не тільки діло (справа), це ділові відношення між людьми, це відносини між учасниками діла. Беручи участь у ділі люди стають діловими людьми, або бізнесменами.

Сучасний бізнес - це система знань, умінь і навичок поведінки людей, що здійснюють комерційну діяльність у суспільстві. Бізнес є джерелом створення практично всіх економічних благ суспільства - від житла, одягу, продуктів харчування до інтелектуального дозвілля.

У господарській практиці категорії «підприємництво» і «бізнес» часто ототожнюють. Разом з тим, це не тотожні, хоча дуже близькі за значенням поняття. Підприємництво як економічний феномен є категорією бізнесу.

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

Стратегічна мета бізнесу - максимізація вигоди (наживи, прибутку) в процесі здійснення різних угод.

Тактична мета бізнесу - реалізація стратегії бізнесу у відносинах з кожним конкретним контрагентом по кожному конкретному випадку з використанням конкретних умов здійснення, строків та предметів угоди.

Отже, **бізнес** - це системно організований процес, цілісна діяльність, зміст якої виходить за рамки окремої, нехай навіть самої успішної комерційної операції (тобто, це не окрема угода чи ряд угод). Результатом бізнесу має бути одержання прибутку. Загалом дослідники розрізняють два етапи розвитку бізнесу: передумови бізнесу і власне бізнес.

Історично склалось так, що невеликий приватний бізнес, створював підвалини для розвитку ринку на теренах України. Упродовж кількох століть шевці, ткачі, пекарі, бортники, теслі, ковалі та купці розвивали ринок, насичуючи його різноманітними товарами. Ремісники поступово формували

грунт для повноцінного грошового обігу і зародження фінансових інституцій.

Всебічний розвиток суспільного життя в Україні, волелюбність українців, в тому числі економічна незалежність, позитивно, якщо не визначально, вплинули на ріст ініціативності суб'єктів господарювання. Ще в часи Рюрика, коли зароджувалось підприємництво в Україні, панувало натуральне господарство. Кожен виробник певного товару прагнув виготовити його якнайкраще, перевершити свого сусіда. Між підприємцями зароджувався дух змагальності - пращур нинішньої конкуренції.

Найбільш відомим чисельним прошарком колишнього бізнес «сектору» були купці. Вони - початківці у підприємстві. Маючи певне майно і керуючись інтуїцією, купці на власний розсуд, ризик і страх налагоджували торговельні стосунки із Прибалтикою, Закавказзям, Середньою Азією, Європою та ін.

Згодом у XII ст. зародились торговельні центри (гільдії), ремісничі цехи. Їхнє існування створило реальні економічні та соціальні умови для виділення купецтва в окремий суспільний прошарок. Підприємництво з часом трансформувалось із зовнішньої торгівлі у внутрішньодержавні відносини у сфері торгівлі, а згодом - і виробництва.

Зародження капіталістичних відносин в Україні мало значний вплив на розвиток бізнесу. Цей період характеризується переходом від цехової ремісничої системи виробництва до мануфактурного. Початок мануфактурного періоду в Україні датують XVI сторіччям. Початкові форми мануфактур - це переважно дрібні підприємства, в яких поділ праці уже відіграв значну роль, у процесі виробництва використовувалась ручна реміснича техніка, а окремі виробничі операції механізувались. У цей час активно формується суспільний попит на підприємницьку діяльність у виробничій сфері, починають формуватися галузі.

Відчутним поштовхом у розвитку бізнесу (підприємництва) стало скасування кріпосного права. Люди одержали можливість вільно займатись своїм ділом, власне бізнесом. Саме цей період розвитку підприємництва посилився промисловим переворотом.

На початку XX ст. підприємництво в Україні набуло масового характеру, але хід його розвитку був перерваний Першою світовою війною, громадянською війною та політикою «воєнного комунізму». Роки НЕПу стали роками відродження вільного підприємництва. Більш, як чверть промислових підприємств і близько 45% підприємств роздрібної торгівлі були приватними. Однак, кінець 20-х років минулого століття увінчався забороною підприємництва і тотальним пануванням державного сектору в економіці. Лише в кінці 80-х років підприємництво набуло форми перших кооперативів, які виготовляли різні предмети широкого вжитку або надавали послуги.

Бізнес був поширеним явищем не тільки в ринковій а і в планово- роздільній економіці. Бізнесом займалися споживачі, які здійснювали пошук дефіцитних товарів. Їхній дії, включаючи диференціацію ринків за регіональними, ціновими, фірмовими, товарними та іншими ознаками для б наступного залучення до дефіциту, ймовірно, могли б збагатити примітними

прикладами будь-якого спеціаліста з теорії бізнесу.

Бізнесом займалися також керівники підприємств і їхні економічні служби. Для них бізнес вдавався до листування з контрагентами «верхами», ведення відомостей, складання довідок для начальників, «торгівлі» з начальством з питань коригування планів, «отоварювання» фондів, добування транспортних засобів.

На початку 90-х років підприємництво відроджується в Україні як суверенній державі. Саме після 1991 року українське підприємництво набуло масового характеру.

Мабуть, у той час не було української родини, в котрій хоча б один її член не займався торговельним посередництвом як однією з перших форм приватного підприємництва. Саме такі «бізнесмени» рік за роком створювали власний добробут і економічну базу для зародження та розвитку малого і середнього бізнесу в незалежній Україні.

Розвитку бізнесу сприяли процеси приватизації державних підприємств, які поступово переходили у приватні руки або ставали колективною власністю, перетворившись з часом на великі компанії в усіх сферах економіки.

Важливим моментом в історичному розвитку українського підприємництва є те, що суспільство прагнуло бачити у підприємцях не лише тих, хто розвиває власний бізнес з метою особистої вигоди, а людей, здатних дбати про інтенсивний розвиток населених пунктів, регіонів, галузей, держави загалом.

Серед сучасних особливостей функціонування бізнесу слід відзначити такі:

1. Перехід від індустріального до інтелектуального бізнесу. Акцент робиться на матеріальних, невидимих ресурсах порівняно з матеріальними.
2. Функціонування малих бізнес-структур порівняно з великомасштабними виробництвом у минулих економічних умовах.
3. Головною цінністю є людські ресурси порівняно з фінансовими ресурсами, які були визначальними в минулому.
4. Основний наголос роблять на командній роботі, а не на індивідуальній.
5. Використання адаптованої під потреби ринку робочої сили, а не стандартизованої.
6. Переважає позиція відкритої інформаційної системи бізнес-структури.
7. Акцент робиться на зміні, а не на стабільність.
8. Співробітники - це інвестиції, а не витрати.
9. Штаб-квартира є лідером і радником, а не просто контролером і т. ін.

2. Соціально-економічні функції та складові підприємництва

Підприємництво являє собою економічну діяльність, яка сприяє одержанню прибутку.

Підприємництво - ініціативна, самостійна діяльність, заснована на розвитку особистісних чинників, розширенні знань про свої можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в господарській діяльності, на отримання економічної вигоди, яка здійснюється на свій страх і ризик і під 7

свою майнову відповідальність громадянами і потребує прогресивних способів, прийомів, методів ведення господарської діяльності.

Підприємництво - один з важливих факторів соціально-економічного прогресу. Тому суспільство зацікавлене в цивілізованому підприємстві, яке повинне мати розвинуту систему підтримки. Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через **його основні функції**:

- інноваційну (творчу) - генерування і реалізацію нової комерційної ідеї;
- організаційну - реєстрацію підприємства, організацію виробництва, збуту, реклами;
- ресурсну мобілізацію матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів;
- стимулюючу (мотиваційну) - формування мотиваційного механізму ефективної і корисної праці.

3. Моделі та види бізнесу

Модель бізнесу (англ. *Business model*) - концептуальний опис способу створення вартості, - економічної (виручка, прибуток), соціальної (імідж) тощо. Процес створення моделі бізнесу є складовою частиною стратегії бізнесу.

Приклади моделей бізнесу:

- Франчайзинг.
- Прямий продаж.
- Бізнес до бізнесу.
- Бізнес для споживача.
- Freemium - описує бізнес модель, яка полягає в пропозиції скористатись комп'ютерною грою, продуктом або послугою безкоштовно, в той час як розширена (покращена, преміум) версія послуги чи продукту продається за додаткову плату. Термін Freemium придумали як комбінацію з двох англійських слів - *free* (безкоштовний) та *premium* (покращений, вищої якості).

- Adware - програмне забезпечення, яке в процесі свого використання показує користувачеві рекламу.

- G2B - це некомерційні онлайн-взаємодії між місцевими і центральними державними органами самоврядування та комерційними бізнес-секторами (але не зі звичайними громадянами - G2C), створювані з метою надання інформації та консультації по бізнесу.

- B2G (Від англ. Business-to-government) - відносини між бізнесом і державою. Зазвичай термін використовується для класифікації систем електронної комерції. Прикладом B2G-снстем можуть служити системи електронних держзакупівель.

В основному є дві моделі підприємницького бізнесу: класична й інноваційна (рис. 1).

4. «Зелений» бізнес і соціальне підприємництво як напрями формування нової парадигми господарювання в умовах сталого розвитку

«Зелений» бізнес можна визначити як бізнес, що дотримується принципів екологічної збалансованості у своїй діяльності, прагне до використання відновлюваних ресурсів і намагається мінімізувати негативний вплив своєї діяльності на довкілля.

Деякі аспекти цього визначення потребують уточнення:

- * Зелений бізнес дотримується нормативних вимог щодо екологічних показників, утім, робить конкретні кроки для перевищення цих показників з метою мінімізації свого впливу на довкілля.

- * Зелений бізнес може виробляти або постачати традиційні чи нові продукти та послуги таким способом, щоб мінімізувати вплив на довкілля.

- * Зелений бізнес прагне використовувати ресурси й енергію, які було вироблено так, аби мінімізувати вплив на довкілля.

Лише декілька (якщо такі є) прикладів бізнесу у світі може бути описано як повністю зелений бізнес. Це - варіанти бізнесу, які не створюють впливу на довкілля. Однак багато представників бізнесу - великого, середнього й малого - зробило важливі кроки на шляху до мінімізації впливу їхньої діяльності на довкілля. Окремі з них перейшли до безвідходного виробництва, у якому всі матеріали або повністю використовуються в бізнесі, або проходять вторинну переробку. Інші - послуговуються замкненою системою водокористування, у якій було ліквідовано скидання стічних вод.

У деяких видах бізнесу використовуються лише вторинні (перероблені) матеріали у виробничому процесі. У всіх цих і в багатьох інших випадках власники бізнесу дійшли таких висновків, результатами яких стали рішення щодо інвестицій та операційної діяльності, які значно знизили їхній вплив на довкілля. Бізнес може запроваджувати «зелену» стратегію в межах своїх інтересів, щоб бути «зеленим» бізнесом. Для багатьох видів бізнесу це просто означає, що зелена стратегія збільшить доходи - або шляхом зменшення витрат, або шляхом збільшення продажу, або за допомогою поєднання цих двох факторів. Інші власники бізнесу можуть вирішити, що довгострокова життєздатність їхньої діяльності залежить не лише від прибутку, а й від зосередження на соціальних і екологічних показниках. Вони можуть затвердити зелену стратегію в рамках «потрійного критерію», який охоплює не тільки фінансові, а й соціальні та екологічні показники.

Усе більше представників бізнесу вважає за потрібне реагувати на попит клієнтів на «зелені» продукти та послуги. У таких випадках вони навмисно орієнтують свої продукти й послуги, а також технологію та спосіб, за допомогою яких виробляють і постачають ці продукти та послуги, на дотримання вимог своїх клієнтів (які часто мають бажання платити радше за зелені, ніж за традиційні продукти чи послуги).

Зелений бізнес створюється для задоволення потреб громади в продуктах і послугах, які чинять менший вплив на довкілля та покращують його стан. Ідеї 9

розвитку зеленого бізнесу ґрунтуються на усвідомленні громадою важливості екологічних питань, що зі свого боку створює попит на екологічно чисту продукцію та послуги.

Враховуючи, що рівень усвідомлення важливості екологічних питань із часом зростає, то попит на екологічно чисту продукцію та послуги також зростає разом із можливостями для розвитку підприємництва.

Можна зробити два важливих висновки щодо розвитку зеленого бізнесу:

1. Буде збільшуватися попит на зовсім нові - екологічно чисті продукцію та послуги, які придуть на зміну старим, менш екологічно чистим продуктам і послугам. Прикладами є, зокрема, використання відновлюваних джерел енергії для заміщення енергії, що виробляється тепловими електростанціями, а також попит на системи вторинної переробки для заміщення утилізації відходів.

2. Власники бізнесу дедалі більше розумітимуть, що вони мають демонструвати споживачам спрямованість на екологічно безпечну діяльність, якщо бажають втримати та розширити свою клієнтську базу. Нині компанії здебільшого воліють позиціювати себе як «екологічно дружні» організації.

Зростаюче усвідомлення екологічних проблем, таких як прискорене виснаження природних ресурсів і погіршення якості довкілля, призвело до появи концепції збалансованого (сталого) розвитку, яка передбачає постійне узгодження на рівноправній основі трьох складових розвитку - економічної, соціальної та екологічної. Наголос на екологічній складовій розвитку призвів до появи терміна «екологічна збалансованість». Екологічну збалансованість можна визначити як розвиток, під час якого природне середовище не виснажується і зберігає свою здатність до самовідновлення.

Наприкінці XX століття з огляду на утвердження в міжнародній та національній політиці концепції збалансованого розвитку набуло популярності поняття «зеленого» (green) бізнесу (також вживаються словосполучення «екологічно дружній» (environmentally friendly) і «збалансований» (sustainable) бізнес).

Екологічно дружній, або зелений бізнес - це бізнес такого підприємства, яке прагне дотримуватися принципів збалансованого розвитку у своїй діяльності, використовує відновлювані ресурси і намагається звести до мінімуму негативний вплив своєї діяльності на довкілля, місцеву громаду, суспільство та економіку так, щоб не створювати загроз для нинішнього й майбутнього поколінь. Інтеграція екологічних питань у бізнесову діяльність вже давно не є модою, нині це - частина звичайного бізнесу.

Екологічно дружній бізнес дає змогу заощадити кошти, створити умови для хорошої реклами і навіть залучити нових клієнтів. Інтеграція екологічної складової може бути досягнута в діяльності будь-якого підприємства, у тому числі малого та середнього.

Розбудова зеленого організаційного потенціалу - це процес розвитку й посилення індивідуальних навичок та організаційної спроможності реагувати на виклики й можливості, які виникають у наслідок орієнтації правового регулювання

та споживачів на питання екологічної збалансованості. Розбудова зеленого організаційного потенціалу є важливою для МСП, оскільки відсутність у структурі їхніх витрат видатків на спеціалістів, які можуть вирішувати проблеми екологічної збалансованості, позбавляє компанії можливості користуватися перевагами від такої діяльності.

Розбудова зеленого організаційного потенціалу відповідає потребам МСП, адже:

- * МСП часто не мають власних фахівців, які можуть працювати над питаннями дотримання екологічних нормативних вимог.

- * Збільшення рівня обізнаності щодо екологічних питань серед споживачів може створювати ринкові можливості, для використання яких МСП не матимуть відповідних фахівців.

- * Зміна нормативних вимог у сфері охорони довкілля та попит на екологічно збалансовані товари й послуги створюють можливості для розвитку та розширення сектору екологічних МСП.

5. Підприємництво як вид господарської діяльності

Сутність підприємництва акумулюється у впливі ініціативної, новаторської, самостійної діяльності. Разом із тим підприємництво - це не будь-яка господарська діяльність, а особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується такими відчутними (суттєвими, конкретними) ознаками:

1. Самостійність (діяльність «за свій рахунок») - основою підприємницької діяльності є власність підприємця.

2. Ініціативна творча діяльність - власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід.

3. Систематична діяльність - підприємницька діяльність має бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом і обов'язково офіційно зареєстрованою.

4. Ризиковість - здійснюється під власну економічну (майнову) відповідальність.

5. Мета - одержання прибутку або власного доходу.

Принципи підприємництва:

- вільний вибір діяльності на добровільних засадах;
- залучення до підприємницької діяльності майна і засобів юридичних осіб і громадян;

- самостійне формування програми діяльності, вибір постачальників, споживачів виготовленої продукції, установлення цін відповідно до витрат виробництва із дотриманням діючого законодавства;

- вільне наймання працівників;
- залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонено чи не обмежено законодавством;

- вільний розподіл прибутку, що залишається після внесення платежів,

установлених законодавством;

- самостійне здійснення підприємцем (юридичною особою) зовнішньоекономічної діяльності;
- використання будь-яким підприємцем належної йому частини валютного виторгу за власним розсудом.

Основними рушійними силами розвитку підприємництва є:

1. Суперечності (між продуктивними силами і виробничими відносинами) - виникають 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.
2. Ділова творчість людини - особиста ініціатива, енергія, активність, відповідальність, порядність, виняткова працьовитість людини.
3. Ризик - інтуїція, гра, обґрунтований розрахунок, змагання в конкурентній боротьбі.
4. Потреби - потяг до створення матеріальних і духовних благ, збільшення багатства. Розвиток суспільства, а отже, і підприємництво породжує такі потреби, які не можуть задовольнити наявні продуктивні сили. Зростання цих потреб наштовхується на вузькі рамки можливостей задоволення їх, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (технологія, техніка, впровадження нових професій та ін.).

5. Економічний інтерес - форма реалізації потреби, це користь, вигода, яка досягається в процесі реалізації економічних відносин.

6. Економічна конкуренція - це суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між фірмами (підприємцями) за найвигідніші умови виробництва та збуту товарів.

Підприємницький бізнес один із найбільш динамічних видів бізнесу. ***Його поділяють на:***

1. Виробниче підприємництво (виробничі підприємства, фірми, установи) - поширюється в основному на виробництво, споживання товарів і послуг.
2. Комерційне підприємництво (торгові заклади, біржі) - обмін, розподіл і споживання товарів.
3. Фінансове підприємництво (банки, фондові біржі) - поширюється на обіг, вартісний обмін.

Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) в Україні можуть бути:

- громадяни України, інших держав, особи без громадянства, необмежені законом і дієздатності або правоздатності;
- юридичні особи всіх форм власності, встановлених Господарським кодексом України;
- об'єднання юридичних осіб, що займаються в Україні діяльністю на умовах угоди про розподіл продукції.

Як свідчить зарубіжний досвід, для того, щоб суспільство було багатим, необхідно, аби 5-7% активного населення мало схильність до підприємницької діяльності.

6. Конкуренція як фактор розвитку власного бізнесу

У наш час конкуренція в бізнесі є невід'ємною частиною економічного середовища і може впливати на розвиток того чи іншого підприємства різними способами. При цьому, варто звернути увагу на те, що за своєю природою конкуренція являє собою досить складний і тривалий процес змагання між окремими суб'єктами бізнесу за певний ринок (товарів чи послуг), у результаті чого й виникають певні конкурентні відносини, що, у свою чергу, зумовлюють гостру необхідність в підвищенні ефективності виробництва, зокрема, за рахунок модернізації виробничих технологій й обладнання, зниженні вартості виробничого процесу, а також підвищенні рівня якості асортименту готової продукції (послуг) тощо.

На сьогодні не існує універсального, а також єдиного визначення даного терміну, оскільки вчені до цього часу ще не досягли консенсусу у їхньому розумінні.

Зокрема, Р.Л. Лупак та Т.Г. Васильців розглядають конкуренцію як «змагальність суб'єктів господарювання, коли їх самостійні дії обмежують можливість кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулюють виробництво необхідної споживачеві продукції».

І .А. Чіков вважає, що в наш час «конкуренція є основним інструментом регулювання ринкової економіки і важливою частиною ринкового середовища діяльності промислового підприємства». Інформацію про те яким чином конкуренція здатна впливати на розвиток власного бізнесу відображено в табл. 1.

Таблиця 1

Вплив конкуренції на розвиток власного бізнесу

На що впливає конкуренція	До яких результатів це призводить
<i>Стимулює підприємства розробляти нові ідеї, а також впроваджувати інновації</i>	Дає здатність вирізнятися «на фоні» конкурентів, а також можливість зберігати чи збільшувати свою частку на ринку
<i>Покращення якості продукції (послуг), а також обслуговування</i>	Дає змогу привернути й залучити більше число клієнтів, а також зберегти чи покращити свій імідж
<i>Зниження цін на продукцію (послуги)</i>	Створює певну вигоду для споживачів і, таким чином, прискорює оборот коштів
<i>Розширення вчасних ринків збуту</i>	Можливі збільшення обсяги виробництва продукції, пошук нових сегментів споживачів або вихід на міжнародні ринки
<i>Підвищення рівня ефективності діяльності фірми</i>	Вдосконалення власних виробничих процесів, а також оптимізація процесів управління для підвищення рівня продуктивності
<i>Розробка (розвиток) ефективних маркетингових</i>	Привернення більшої уваги, а також збереження наявних клієнтів

Продовження таблиці 1

На що впливає конкуренція стратегій	До яких результатів це призводить (споживачів)
<i>Збереження гнучкості бізнесу</i>	Здатність швидко реагувати до можливих змін у ринковому середовищі
<i>Покращення рівня сервісного обслуговування споживачів</i>	Можливість залучення нових клієнтів, а також утримання вже наявних
<i>Розвиток й підвищення кваліфікації персоналу підприємства</i>	Робить підприємство більш конкурентоспроможним
<i>Створення позитивного іміджу підприємства</i>	Викликає довіру у споживачів продукції (послуг); дозволяє утримувати, а також збільшувати частку на певному ринку
<i>Рух капіталу</i>	Надходження фінансових інвестицій у вітчизняні підприємства, в кінцевому результаті сприяє підвищенню рівня розвитку національної економіки, а також її конкурентоспроможності

^Побудовано автором.

Беззаперечно конкуренцію можна розглядати, як одну із ключових рушійних сил розвитку власного бізнесу, адже вона «спонукає до створення нових видів товарів та послуг, підвищення якості наявних, зниження цін, економії обмежених ресурсів і підвищення соціально-економічного розвитку».

Таким чином, необхідно відзначити, що конкуренція є необхідним елементом сучасного бізнес-середовища, адже стимулює підприємства до впровадження інновацій, покращення якості продукції (послуг), а також зниження цін, сприяючи загальному підвищенню їх ефективності.

Отже, в залежності від особливостей тієї чи іншої галузі або сфери діяльності, конкуренція може стати хорошим джерелом росту і стимулювання розвитку для підприємства, але варто розуміти, що вона також вимагає ефективного стратегічного управління, а також адаптації до ринкових умов.

Тема 2. Державна регуляторна політика.

1. Мотивація державного втручання в економіку.
2. Регулювання: поняття та класифікації.
3. Поняття та основні засади регуляторної політики.
4. Зміст та основні поняття М-тесту.
5. Основні засади контролю (нагляду) у сфері господарської діяльності.
6. Ліцензування.

1. Мотивація державного втручання в економіку

Під державним регулюванням підприємницької діяльності слід розуміти реалізацію об'єктивності економічної необхідності координування, 14

узгодження діяльності підприємницьких структур з метою досягнення загальної мети макроекономічного розвитку - задоволення суспільних потреб. Отже, досягнення цієї мети в значній мірі залежить від наявності системи управління, форми і методів державного регулювання підприємницької діяльності.

Питання регулювання підприємницької діяльності нерозривно пов'язані з питаннями формування сприятливих умов для її розвитку. Останнє пояснюється тим, що підприємництво виступає сектором економіки, найбільш вразливим щодо таких несприятливих факторів, як циклічні коливання, фінансові обмеження, інфляційний тиск, надмірні податки, невизначеність багатьох нововведень через конкуренцію великих державних структур або корпорації змішаного державно-приватного типу.

В умовах регульованої ринкової економіки держава виконує політичну, соціальну, міжнародну та економічну функції.

Політична функція держави полягає в забезпеченні цілісності й збереженні суспільства, у створенні умов для спокійного та гармонійного його розвитку.

Соціальна функція держави полягає в забезпеченні на всій території країни прав і свобод кожної людини і громадянина, створення умов для відтворення й розвитку людини, стимулювання творчого зростання людини, утілення в життя принципів соціальної справедливості тощо.

Міжнародна (зовнішня) функція держави полягає в підтримуванні свободи, суверенітету та історичного існування народів конкретної країни в рамках світового співтовариства.

Економічна функція держави полягає у створенні передумов, необхідних для ефективної економічної діяльності суспільства.

Соціально-економічні проблеми, які не може вирішити ринкова економіка і що потребують необхідності втручання держави в економіку:

1. Розвиток продуктивних сил, їх ускладнення, подальше усуспільнення виробництва вимагають посилення регульовальної ролі держави.

2. Механізм ринку не може забезпечити економіку потрібною кількістю грошей (так звані центральні гроші). Тому одна з найголовніших функцій держави - організація грошового обігу в країні.

3. Ринковий механізм не забезпечує потреб суспільства товарами і послугами суспільного споживання. Цю функцію на себе повинна взяти держава.

4. Економіка ринкового типу не в змозі функціонувати без інфляції. Тому держава повинна проводити ефективну анти-інфляційну політику.

5. Ринковий механізм не вирішує регіональних проблем в усій їх сукупності (економічні, демографічні, соціальні, екологічні).

6. В таких випадках держава повинна проводити відповідну регіональну політику.

7. Ринок не забезпечує сталості макроекономічної рівноваги, звідси необхідність втручання держави, пов'язана з підтримкою цієї рівноваги.

8. Ринковий механізм не може вирішити багато соціальних проблем. Тому втручання держави у сферу соціальних відносин, перерозподіл доходів є конче

необхідним.

9. Якісні зміни робочої сили потребують в загальнодержавному масштабі використовувати кошти на розвиток освіти, охорони здоров'я, підготовку і перекваліфікацію кадрів.

10. Ринок не в змозі без втручання держави забезпечити повну зайнятість. Тому політика у сфері зайнятості - важлива функція держави.

11. Ринковий механізм породжує зовнішні ефекти. Для компенсації негативних наслідків, що породжуються зовнішніми ефектами, потрібне втручання держави.

12. Ринковій системі, оскільки вона орієнтована на прибуток, внутрішню притаманна тенденція до монополізації. Для підтримання ринкової конкуренції держава повинна проводити антимонопольну політику.

13. Проблеми забруднення навколишнього середовища, наростання екологічної кризи потребують втручання держави у відносини між людиною і природою.

2. Регулювання: поняття та класифікації

Державне регулювання економіки - це діяльність держави щодо створення правових, економічних і соціальних передумов, необхідних для функціонування економічного механізму згідно з цілями й пріоритетами державної економічної політики.

Державне регулювання переслідує різні цілі, серед яких можуть бути:

- запобігання зростанню цін;
- стримування або стимулювання виробництва певних товарів;
- вилучення додаткових коштів для державного бюджету;
- запобігання значній диференціації доходів.

Органи державного управління будують свої відносини з підприємцями використовуючи:

- податкову й фінансово-кредитну політику, в тому числі встановлення ставок податків і процентів із державних кредитів, податкових пільг, цін і правил ціноутворення, цільових дотацій, валютного курсу, розмірів економічних санкцій;
- державне майно і систему резервів, ліцензії, концесії, лізинг, соціальні, екологічні та інші норми і нормативи;
- науково-технічні, економічні та соціальні республіканські й регіональні програми;
- договори на виконання робіт і поставок для державних потреб.

Державне регулювання економіки реалізується в різних формах. Залежно від строкової розмовності розрізняють довгострокове й короткострокове регулювання.

Довгострокове регулювання обумовлене необхідністю досягнення стратегічних цілей.

Короткострокове регулювання - це насамперед антициклічне регулювання, основою якого є вплив на сукупний попит (величину споживчих та

інвестиційних витрат).

За характером впливу на господарські суб'єкти державне регулювання економіки поділяється на дві форми: пряме та непряме (опосередковане).

Пряме регулювання - це вплив держави на економічні процеси за допомогою безпосереднього використання відповідних регуляторів.

Непряме регулювання економіки - це вплив держави на господарську діяльність через внесення відповідних змін в умови функціонування ринкового механізму. Воно досягається за допомогою правових та економічних інструментів.

В залежності від обраних засобів впливу на ринок розрізняють правові, адміністративні і економічні методи державного регулювання.

Правове регулювання - це діяльність держави щодо встановлення обов'язкових для виконання юридичних норм (правил) поведінки суб'єктів права.

Сутність **адміністративних методів** полягає в прямому управлінні економікою, заснованому на застосуванні обов'язкових для суб'єктів ринку державних замовлень, державних санкцій, ліцензій, дозволів, квот, встановленні норм і стандартів, які регламентують вимоги до якості робіт і послуг, продукції до організації виробничих процесів, операцій на внутрішньому і зовнішньому ринку тощо.

Економічні методи державного регулювання поділяються на методи грошово-кредитної та бюджетної політики.

Самостійним комплексним методом державного регулювання економіки є індикативне планування, прогнозування і державне економічне програмування, що охоплює численні цілі та весь набір інструментів державного регулювання економіки.

Поєднання елементів економічної політики, методів і засобів державного регулювання повинно максимально враховувати особливості економічних і соціальних процесів в країні, ступінь одержавлення власності, готовність суб'єктів ринкових відносин брати на себе ті чи інші економічні функції.

3. Поняття та основні засади регуляторної політики

Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності (далі - державна регуляторна політика) - напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності, що здійснюється в межах, у порядку та у спосіб, що встановлені Конституцією та законами України.

Регуляторна діяльність - це діяльність, спрямована на підготовку, прийняття, відстеження результативності та перегляд регуляторних актів, яка

здійснюється регуляторними органами, фізичними та юридичними особами, їх об'єднаннями, територіальними громадами в межах, у порядку та у спосіб, визначені законодавством.

Принципами державної регуляторної політики є:

- доцільність - обґрунтована необхідність державного регулювання господарських відносин з метою вирішення існуючої проблеми;
- адекватність - відповідність форм та рівня державного регулювання господарських відносин потребі у вирішенні існуючої проблеми та ринковим вимогам з урахуванням усіх прийнятних альтернатив;
- ефективність - забезпечення досягнення внаслідок дії регуляторного акта максимально можливих позитивних результатів за рахунок мінімально необхідних витрат ресурсів суб'єктів господарювання, громадян та держави;
- збалансованість - забезпечення у регуляторній діяльності балансу інтересів суб'єктів господарювання, громадян та держави;
- передбачуваність - послідовність регуляторної діяльності, відповідність її цілям державної політики, а також планам з підготовки проектів регуляторних актів, що дозволяє суб'єктам господарювання здійснювати планування їхньої діяльності;
- прозорість та врахування громадської думки - відкритість для фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань дій регуляторних органів на всіх етапах їх регуляторної діяльності, обов'язковий розгляд регуляторними органами ініціатив, зауважень та пропозицій, наданих у встановленому законом порядку фізичними та юридичними особами, їх об'єднаннями, обов'язковість і своєчасність доведення прийнятих регуляторних актів до відома фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань, інформування громадськості про здійснення регуляторної діяльності.

Забезпечення здійснення державної регуляторної політики включає:

- встановлення єдиного підходу до підготовки аналізу регуляторного впливу та до здійснення відстежень результативності регуляторних актів;
- підготовку аналізу регуляторного впливу;
- планування діяльності з підготовки проектів регуляторних актів;
- оприлюднення проектів регуляторних актів з метою одержання зауважень і пропозицій від фізичних та юридичних осіб, їх об'єднань, а також відкриті обговорення за участю представників громадськості питань, пов'язаних з регуляторною діяльністю;
- відстеження результативності регуляторних актів;
- перегляд регуляторних актів;
- систематизацію регуляторних актів;
- недопущення прийняття регуляторних актів, які є непослідовними або не узгоджуються чи дублюють діючі регуляторні акти;
- викладення положень регуляторного акту у спосіб, який є доступним та однозначним для розуміння особами, які повинні впроваджувати або виконувати вимоги цього регуляторного акту;

- оприлюднення інформації про здійснення регуляторної діяльності.

4. Зміст та основні поняття М-тесту

Тест малого бізнесу (М-Тест) розроблено та запроваджено в Україні на виконання вимог Угоди про асоціацію між Україною та Європейським союзом¹ (стаття 378) та Порядку денного асоціації між Україною та ЄС для підготовки та сприяння імплементації Угоди про асоціацію² (п. 7.7), а також відповідно до норм європейського законодавства щодо МСП, зокрема Small Business Act «Think Small First»³. Тест малого бізнесу запроваджено в Україні нормами нової редакції Постанови Кабінету Міністрів України «Про затвердження методик проведення аналізу впливу та відстеження результативності регуляторного акта» від 11.03.2004 № 3084.

Основною метою М-Тесту (як в ЄС, так і в Україні) є зменшення вартості державного регулювання для суб'єктів малого бізнесу. Задля досягнення цієї мети в рамках М-Тесту для кожного державного регулювання здійснюється розрахунок витрат стандартного суб'єкта малого бізнесу на виконання вимог регулювання, і на основі цих розрахунків для суб'єктів малого бізнесу розробляються зміни процедур регулювання, що має досягти зменшення витрат малого бізнесу на виконання державного регулювання. Для розрахунку вартості регулювання найчастіше застосовується методика стандартних видатків (методика стандартних витрат).

Структура М-Тесту 1. Консультації з представниками малого бізнесу щодо регулювання 2. Кількісний розрахунок впливу регулювання на малий бізнес (за методом стандартних витрат) 3. Розробка корегуючих (пом'якшувальних) заходів у рамках регулювання.

5. Основні функції Державної регуляторної служби України

Центральним органом виконавчої влади, діяльність якого спрямовується і координується Кабінетом Міністрів України і який реалізує державну регуляторну політику є *Державна регуляторна служба України*, основними завданнями діяльності якої є реалізація державної регуляторної політики, державної політики у сфері ліцензування, дозвільної системи, нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності та координація дій органів виконавчої влади, інститутів громадянського суспільства і підприємництва з питань спрощення регуляторної бази та дерегуляції господарської діяльності.

Регуляторна служба відповідно до покладених на неї завдань:

1) узагальнює практику застосування законодавства з питань, що належать до її компетенції, розробляє пропозиції щодо вдосконалення законодавчих актів, актів Президента України, Кабінету Міністрів України та в установленому порядку подає їх на розгляд Кабінету Міністрів України;

2) здійснює заходи щодо оптимізації кількості функцій державного нагляду (контролю), які виконуються органами виконавчої влади, вносить в установленому порядку пропозиції щодо їх скорочення та усунення дублювання;

3) забезпечує реалізацію державної регуляторної політики на засадах захисту права громадян на провадження підприємницької діяльності, економічної багатоманітності та рівного захисту державою усіх суб'єктів господарювання;

4) проводить експертизу проектів законів України, інших нормативно-правових актів, які регулюють господарські та адміністративні відносини між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, подає розробникам таких проектів пропозиції щодо їх удосконалення відповідно до принципів державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності;

5) погоджує проекти нормативно-правових актів з питань державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, розроблені центральними органами виконавчої влади;

6) погоджує в установленому порядку проекти нормативно-правових актів з питань ліцензування, що розробляються та приймаються органами виконавчої влади;

7) подає Міністру економічного розвитку і торгівлі в установленому порядку пропозиції щодо забезпечення формування державної регуляторної політики, державної політики у сфері ліцензування, дозвільної системи, нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності;

8) готує та подає в установленому порядку Кабінету Міністрів України для затвердження плани дій щодо спрощення регуляторної бази та дерегуляції господарської діяльності, забезпечує моніторинг і координацію їх виконання органами виконавчої влади, організовує і регулярно проводить консультації з інститутами громадянського суспільства і підприємцями щодо виконання таких планів та звітує про стан їх виконання;

9) проводить аналіз проектів регуляторних актів, що подаються для погодження, та результатів їх регуляторного впливу і приймає рішення про погодження таких проектів або про відмову в їх погодженні;

10) проводить відповідно до законодавства експертизу регуляторних актів центральних органів виконавчої влади, їх територіальних органів, Ради міністрів Автономної Республіки Крим, місцевих органів виконавчої влади, приймає рішення про необхідність усунення виявлених під час експертизи порушень принципів державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності, публікує в установленому порядку повідомлення про зупинення дії регуляторних актів або їх окремих положень, а також надсилає повідомлення про це до органів юстиції, які зареєстрували відповідні регуляторні акти;

11) повідомляє про виявлення встановлених законом обставин, за яких регуляторний акт не може бути прийнято або схвалено, органам виконавчої влади, їх посадовим особам, уповноваженим на прийняття або схвалення регуляторних актів, а також відповідним органам юстиції, якщо зазначені регуляторні акти підлягають державній реєстрації в органах юстиції;

12) здійснює методичне забезпечення діяльності регуляторних органів,

пов'язаної з реалізацією державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності;

13) проводить аналіз стану здійснення заходів щодо реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності;

14) забезпечує підготовку та подання Кабінетові Міністрів України щорічної інформації про результати реалізації державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності в системі органів виконавчої влади;

15) вживає в межах повноважень, передбачених законом, заходів щодо захисту прав та законних інтересів суб'єктів господарювання, порушених унаслідок дії регуляторних актів тощо.

6. Ліцензування

Ліцензія - документ, який видається її власнику державними органами, на право займатися певним видом підприємницької діяльності (що потребує обмежень) або з метою вилучення платежів за надання такого дозволу.

Ліцензіат - суб'єкт господарювання, який одержав ліцензію на провадження певного виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Ліцензійні умови - установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню.

Згідно з чинним законодавством ліцензуванню підлягають ті види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє середовище і безпеку держави. Так, без ліцензії, яка видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженими ним органами, не можна здійснювати такі види діяльності:

- 1) пошук (розвідка) та експлуатація родовищ корисних копалин;
- 2) виробництво, ремонт і реалізація Мисливської, спортивної зброї та боєприпасів до них, а також холодної та пневматичної зброї;
- 3) виготовлення і реалізація лікарських засобів та особливо шкідливих хімічних речовин;
- 4) виготовлення пива, алкогольних напоїв, а також вироблення і реалізація етилового, коньячного і плодового спирту;
- 5) виготовлення тютюнових виробів;
- 6) медична, ветеринарна та юридична практика;
- 7) створення та утримання гральних закладів, організація азартних ігор;
- 8) міжнародні перевезення пасажирів та вантажів залізничним та автомобільним (крім країн СНД), повітряним, річковим, морським транспортом;
- 9) виготовлення та ввезення бланків цінних паперів, документів строгої звітності та знаків поштової оплати, а також матеріалів і напівфабрикатів для їх виробництва;
- 10) діяльність, пов'язана з використанням радіоактивних відходів, джерел іонізуючого випромінювання, перевезення ядерних матеріалів та

радіоактивних речовин;

11) проектування, будівництво та експлуатація об'єктів атомної енергетики, а також надання послуг з їх обслуговування;

12) видобування коштовних металів і каменів, виготовлення та реалізація виробів з їх використанням;

13) застосування авіаційно-хімічних робіт і аерофото-зйомок;

14) аудиторська та страхова діяльність;

15) виготовлення ветеринарних медикаментів і препаратів;

16) пересилання грошових переказів, листів до 20 грамів і поштових карток;

17) використання радіочастот;

18) виконання топографо-геодезичних, картографічних робіт і кадастрових зйомок;

19) будівельна діяльність (окремі види проектних та будівельно-монтажних робіт, інженерних обстежень для будівництва, надання інжинірингових (послуг передпроектного, проектного та післяпроектного характеру тощо) та інших послуг, які вимагають відповідної атестації виконавця, згідно з переліком, визначеним Кабінетом Міністрів);

20) виготовлення та реалізація спеціальних засобів із використання речовин слъозоточивої та подразнюючої дії, індивідуального захисту, активної оборони, а також засобів для виконання спеціальних операцій оперативно-пошукових заходів;

21) діяльність, пов'язана з розробкою, виготовленням, ввезенням, реалізацією і використанням засобів криптографічного і технічного захисту інформації;

22) надання послуг для отримання освіти з одержанням спеціального документа державного зразка;

23) діяльність, пов'язана з організацією іноземного і зарубіжного туризму;

24) судово-експертна діяльність;

25) надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення;

26) виробництво, передача і постачання електроенергії, здійснення операцій з металобрухтом;

27) посередництво у працевлаштуванні та роботі за кордоном;

28) ремонт і експлуатація об'єктів трубопровідного транспорту;

29) надання послуг телефонного зв'язку (крім відомчих об'єктів), технічне обслуговування мереж телерадіо-провідникового мовлення у межах промислової експлуатації;

30) наукові дослідження, пов'язані зі створенням і використанням космічних техніки і технології (крім ракетноносіїв);

31) розробка, випробування, виробництво й експлуатація космічних апаратів та їх складових частин, наземної космічної інфраструктури та її складових, устаткування, яке входить до складу космічного сегмента,

супутникових систем, крім систем телерадіомовлення та ін.

Держава з часом вносить зміни щодо видів діяльності, які здійснюються за ліцензіями, та заборонених видів господарської діяльності.

Ліцензію на здійснення підприємницької діяльності видає Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган у термін, не більше як за 30 днів з дня одержання заяви.

Для отримання ліцензії необхідно подати заяву, в якій зазначають:

- 1) відомості про заявника;
- 2) вид діяльності, на який заявник хоче отримати ліцензію;
- 3) термін дії ліцензії.

Крім заяви, фізичні особи повинні подати копії документів, які засвідчують рівень освіти і кваліфікації, копії свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності; юридичні особи - копії свідоцтва про реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності та засновницькі документи. Ліцензія видається не менш ніж на три роки.

За наявності у поданих документах недостовірних даних або якщо заявник не може виконати певний вид діяльності згідно з ліцензійними умовами, ліцензія не видається, а у відповідному рішенні вказують причини відмови.

Відмову в наданні ліцензії видають у той самий термін у письмовій формі. У разі відмови у видачі ліцензії підприємець може оскаржити це рішення в суді або арбітражному суді.

Державний нагляд за додержанням органами ліцензування вимог законодавства в сфері ліцензування здійснює спеціально уповноважений орган з питань ліцензування шляхом проведення планових та позапланових перевірок.

Спеціально уповноважений орган з питань ліцензування здійснює позапланові перевірки додержання органами ліцензування вимог законодавства в сфері ліцензування лише на підставі надходження до нього в письмовій формі заяви (повідомлення) про порушення вимог законодавства в сфері ліцензування, або з метою перевірки виконання розпоряджень про усунення порушень органом ліцензування вимог законодавства в сфері ліцензування.

Орган ліцензування під час перевірки надає спеціально уповноваженому органу з питань ліцензування рішення та інші документи з питань ліцензування та забезпечує умови для проведення перевірки.

За результатами перевірки спеціально уповноважений орган з питань ліцензування протягом п'яти робочих днів з дня закінчення перевірки складає акт у двох примірниках. Один примірник акта видається керівнику органу ліцензування, діяльність якого перевірялася, другий - зберігається спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

У разі виявлення порушень органом ліцензування законодавства в сфері ліцензування спеціально уповноважений орган з питань ліцензування не пізніше ніж за п'ять робочих днів з дати складання акта перевірки видає розпорядження про усунення органом ліцензування порушень законодавства в сфері ліцензування.

Орган ліцензування, який одержав розпорядження про усунення порушень

законодавства в сфері ліцензування, зобов'язаний в установленій в розпорядженні строк подати спеціально уповноваженому органу з питань ліцензування інформацію про усунення виявлених порушень.

Контроль за наявністю ліцензії у суб'єктів господарювання здійснюють органи виконавчої влади, на які згідно з законодавством покладено функції контролю за наявністю ліцензій, шляхом проведення планових і позапланових перевірок.

Шкода, заподіяна порушенням законодавства в сфері ліцензування, підлягає відшкодуванню за позовами заінтересованих осіб у порядку, визначеному законом.

Тема 3. Суб'єктивно-психологічні та етичні проблеми бізнесу.

1. *Підприємець як суб'єкт господарської діяльності.*
2. *Суб'єктивно-психологічні аспекти підприємництва. Мотиваційна природа підприємництва.*
3. *Філософські та релігійні основи бізнесу.*
4. *Малий та середній бізнес.*
5. *Особливі групи підприємців.*

1. Підприємець як суб'єкт господарської діяльності

Підприємець - це громадянин України, іноземець і особа без громадянства, яка здійснюють господарську діяльність і зареєстровані згідно закону як підприємець.

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 асоціюється з хорошим здоров'ям, невичерпною енергією та оптимізмом.

2. Суб'єктивно-психологічні аспекти підприємництва. Мотиваційна природа підприємництва

Підприємництво - це ініціативна господарсько-комерційна діяльність окремих фізичних і юридичних осіб, зорієнтована на одержання прибутку.

Підприємництво є одним із видів соціальної активності людини, пов'язаної із творчим пошуком та ризиком.

Передумови підприємницької діяльності відображені на рис. 3.1.

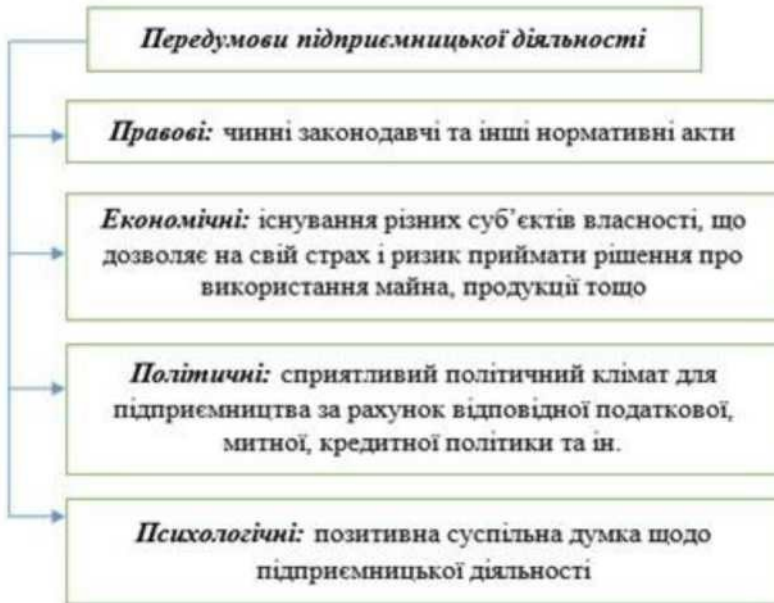


Рис. 3.1. Передумови підприємницької діяльності

До важливих для психологічного портрета підприємця якостей відносяться:

- в інтелектуальному блоці: компетентність, комбінаторний дар, розвинена уява, реальна фантазія, розвинена інтуїція, перспективне мислення;

- у комунікативному блоці: талант координатора зусиль співробітників, здатність і готовність до соціально лояльному спілкування з іншими людьми і в той же час уміння йти проти течії;

- в мотиваційно-вольовий блок: схильність до ризику; внутрішній локус контролю, прагнення боротися і перемагати, потреба в самоактуалізації і суспільному визнанні, переважання мотиву досягнення над мотивом уникнення невдачі.

Мотиви здійснення підприємницької діяльності:

- бажання бути господарем своєї долі;
- прагнення подолати відчуження професійної діяльності від іншої, злити роботу і життя воедино, змінити принцип «працювати, щоб жити» на «жити, щоб працювати»;
- бажання отримувати гідну винагороду за свою працю і значно покращити своє матеріальне становище.

В умовах сучасного постіндустріального суспільства, коли кожен є реальним або потенційним учасником процесів, які суттєво впливають на життя інших людей, а іноді і людства в цілому, коли завдяки досягненням цивілізації будь-яка людина може опинитися в ситуації, де від його поведінки залежить благополуччя або навіть доля багатьох, зростає роль моральності. Підприємці за своїм статусом визначають добробут найманих ними людей і оточуючих організацій, що входять у сферу їх діяльності.

3. Філософські та релігійні основи бізнесу

Ідея філософії бізнесу цікавила багатьох вчених, таких як : Дж. С. Мілл, М. Вебер, В. Зомбарт, Ж. Ж. Ламбен і відчизняний дослідник цього питання С.С. Гаркавенко. Один із найвидатніших економістів 20 століття Дж. М. Кейнс вважав, що немає ніякого сумніву в плідному взаємозв'язку думки філософії і бізнес-ідеї, в результаті якого і зароджувалася філософія бізнесу. На сьогоднішній день багато людей, які мають грошей більше ніж на звичайне існування, намагаються створити власний бізнес, розраховуючи, що це все так легко. А насправді до створення чогось нового, включаюся бізнес-ідею, потрібно мати талант

Альфред Нобель стверджував, що якщо у мене є тисяча ідей, і тільки одна з них виявляється плідною, я задоволений. Тобто, більшість людей «запалюються» ідеєю, але вона може не принести бажаного результату, а потрібно мати хоча б одну, але продуману і успішну ідею. Сучасне суспільство часто замінює поняття «філософія бізнесу» на більш нове поняття «маркетинг».

Так на думку С.С. Гаркавенко, дуже важливо в умовах сучасної конкуренції, щоб маркетинг, як філософія бізнесу став природною формою поведінки для всіх співробітників, мав прямий чи опосередкований вплив на управління відділами та функціями підприємства. Маркетинг повинен стати головною умовою, складовою прийняття рішень, пронизувати діяльність 26

кожного працівника - від простого робітника до топ-менеджера, з метою створення ВЕЛИКОЇ І МОГУЧОЇ компанії.

Маркетинг, як ФІЛОСОФІЯ БІЗНЕСУ повинен наслідувати певний СПОСІБ управління та організації діяльності підприємства. У випадку, коли єдина Філософія організації бізнесу націлена на задоволення потреб працівників і потреб споживача, всі відділи підприємства повинні мати можливість обмінюватися інФормацією, координувати свої плани та їх виконання. Для успіху та перемог над конкурентами необхідні креативність, гнучкість і відсутність бар'єрів у процесі реалізації Функцій і між відділами, що стає наслідком поширення Філософії маркетингу по всьому підприємству. Філософія бізнесу спирається на перспективи колективного економічного світогляду. Наші філософські погляди - це як вітрило, яке визначає напрям нашого життєвого шляху. Для того, щоб змінити цей напрям, ми повинні змінити філософію, а не обставини, що склалися. Філософія бізнесу пояснює загальні поняття для компанії і її цілі і мету. У ній також викладаються цінності, які важливі для компанії.

Деякі філософи вважають, що бізнес, по суті є чиеюсь власністю, і, таким чином, що його власники мають право розпоряджатися ним на свій розсуд, в рамках закону і моралі. Вони не вважають, що працівники або споживачі мають особливі права на власність. У цій концепції, працівники добровільно обмінюють свою працю на заробітну плату від власника бізнесу; вони не мають більше права говорити власнику, як він буде розпоряджатися своєю власністю, так як і власник не повинен казати їм, як витратити свою зарплату, яка є майном, що належить працівникам. Точно так, якщо припустити, що бізнес заготовляє свої товари чесно і з повним розкриттям, споживачі не мають невід'ємного права регулювати бізнес, який належить комусь іншому. Філософи, які підключаються до цієї точки зору в цілому вказують на те, що права власника майна є все ж не безмежні, і що вони обмежені мораллю.

Таким чином, власник будинку не може спалити свій будинок і тим самим поставити під загрозу весь район. Крім того, бізнес не має необмеженого права забруднювати повітря у виробничому процесі.

Отже, **філософія бізнесу** - це група питань, які пов'язані з суспільно-філософськими і соціально-культурологічними, етичними нормами, які є частинами економічного підприємства. Суть філософії бізнесу - дізнатися і розглянути найоптимальніші причини економічного способу дій індивіда, спробувати знайти відповідь на питання чому, для чого він є суб'єктом економічної роботи в цілому, а так само його справ зокрема. Основна суть бізнесу в філософії з наукової точки зору - виявити важливі особливості, головні принципи, гіпотези організації та працездатності ділового світу. Основне завдання філософії бізнесу - дізнатися сутність економічної роботи та економічного способу дій в найширшому і глибокому розумінні цих явищ.

4. Малий та середній бізнес

Малий бізнес - це самостійна, систематична господарська діяльність малих підприємств будь-якої форми власності та громадян підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку.

Малий бізнес є органічним структурним елементом ринкової економіки. Цей сектор історично і логічно відіграв роль необхідної передумови створення ринкового середовища.

Малий бізнес є вихідним, найчисленнішим, а тому і найбільш поширеним сектором економіки.

Значення (риси) малого бізнесу:

- провідний сектор ринкової економіки, є основою дрібнотоварного виробництва;
- визначає темпи економічного розвитку, структуру та якісну характеристику валового внутрішнього продукту, ступінь демократизації суспільства;
- здійснює структурну перебудову економіки, швидку окупність витрат, свободу ринкового вибору;
- забезпечує насичення ринку товарами та послугами, реалізацію інновацій, додаткові робочі місця;
- характеризується високою мобільністю, раціональними формами управління;
- формує соціальний прошарок підприємців-власників - основу середнього класу;
- сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції.

Малий бізнес є невід'ємною складовою високорозвиненої ринкової економіки, атрибут сучасної моделі ринкового господарства.

«Малий бізнес» часто ототожнюють із поняттям «мале підприємництво».

Мале підприємництво - це особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є підприємець, котрий поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу.

Що ж до розмежувань понять «малий бізнес» та «мале підприємництво» якісним моментом вважається підвищений ступінь ризику та інноваційність, що властиві саме малому підприємництву.

Згідно ст 1 Закону України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.2000 р. № 2063-III **під малими підприємствами** розуміються юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми господарювання та форми власності, в яких середньооблікова кількість працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та обсяг річного доходу не перевищує 500000 євро.

Природа малого підприємництва в ХХІ столітті може бути визначена двома

чинниками:

1) воно об'єктивно існує і розвивається як певна цілісність, сектор економіки;

2) воно є особливим типом підприємницької діяльності.

На процес формування, розвитку та стабілізації роботи суб'єктів підприємницької діяльності у сфері малого бізнесу впливає велика кількість різноманітних факторів, які доцільно характеризувати за сферою та характером впливу.

За *сферою* впливу виділяють:

1. Зовнішні фактори - компоненти середовища, в якому функціонує підприємство, зокрема, малий бізнес:

1.1. Базові фактори (наявність законів, якими держава регулює діяльність малих форм підприємництва; наявність та доступність основних компонентів для організації підприємницької діяльності, співвідношення фіскальної та економічної функції податків, загальна економічна стабільність у державі тощо).

1.2. Доповнюючі фактори - наявність державної підтримки малого бізнесу, інфраструктура, яка сприяє розвитку малих підприємств, процедура реєстрації підприємницьких структур тощо.

2. Внутрішні фактори - охоплюють особисті та професійні здібності людей, які стають на шлях підприємницької діяльності.

За *характером* впливу виділяють такі фактори:

1. Соціально-психологічні:

1.1. Соціальні:

- ставлення держави до підприємництва, зокрема до малого бізнесу
- громадська думка щодо підприємницької діяльності
- стан ринкової інфраструктури, її можливість забезпечення

функціонування малого бізнесу

- рівень можливостей у конкуренції з великими підприємствами
- наявність корупції, її вплив на розвиток малого бізнесу.

1.2. Психологічно-професійні:

- психологічна готовність займатись підприємницькою діяльністю
- емоційна мотивація та престижність підприємницької діяльності
- наявність професійних знань та досвід щодо заняття підприємницькою

діяльністю

- можливість отримати професійну підготовку

2. Організаційно-правові:

2.1. Правові:

- правова база здійснення підприємницької діяльності
- наявність правових гарантій проти насильного відчуження власності
- система нормативних та інструктивних документів щодо приватного

підприємництва та малого бізнесу, її однозначність та стабільність

2.2. Організаційні:

- процедура відкриття малого підприємництва
- наявність обмежень щодо зайняття окремими видами діяльності
- інформаційна та науково методична підтримка підприємництва,

консультативна допомога

- умови ЗЕД малих підприємств

3. Фінансово економічні:

3.1. Економічні:

- загальна макроекономічна стабільність у державі
- стан економіки країни
- рівень інфляції
- стан грошового обігу та надійність національної грошової одиниці
- рівень стабільності економічної кон'юнктури
- механізм роздержавлення та приватизації власності, демонополізація

виробництва

3.2. Фінансові:

- система фінансування, кредитування, страхування та аудиту
- система оподаткування малого бізнесу, податкові пільги
- форми державної фінансової підтримки

3.3. Ресурсні:

- способи залучення початкового капіталу
- система доступу до матеріально-технічних ресурсів
- способи отримання виробничих площ.

Мале підприємство - іманентний елемент системи економічних відносин в економіці ринкового типу, який забезпечує її інноваційну активність і підтримує конкурентне середовище.

Згідно ст. 55 Господарського кодексу України під малими підприємствами розуміються: фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи - підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

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

Класифікація малих форм господарювання:

1. За спеціалізацією:

- виробничі;
- невиробничі;

- комбіновані.
- 2. За формою власності:
 - приватні;
 - державні;
 - колективні;
 - змішані.
- 3. За формою організації підприємства:
 - власне господарство;
 - партнерство;
 - корпорація.
- 4. За результатами господарювання:
 - отримання прибутку;
 - рішення соціальних проблем.
- 5. За характером використання сировини:
 - ті, що працюють на місцевій сировині;
 - ті, що працюють на давальницькій сировині.
- 6. За тривалістю діяльності:
 - цілорічні;
 - сезонні.
- 7. За ступенем підпорядкованості:
 - самостійні;
 - залежні від великих підприємств.

Залежно від того, який вид діяльності і яку стратегію поведінки обирає підприємство на ринку, в економіці західних країн виділяють такі види малих підприємств:

- **комутанти** - спеціалізуються на виготовленні окремих вузлів і деталей; тісно взаємодіють із великими підприємствами, знаходяться у великій залежності із ними і ведуть жорстку боротьбу між собою;

- **патієнти** - спеціалізуються на випуску готової продукції, орієнтовані на локальні канали збуту з обмеженим попитом, на місцеві джерела сировини та матеріалів; досить незалежні від великих підприємств і можуть конкурувати з ними за якістю продукції;

- **експлеренти** - ризикові фірми або інноваційні підприємства, які займаються, в основному, науковими, конструкторськими розробками, комерційним освоєнням технічних відкриттів, виробництвом дослідних та пробних партій товарів.

Система оподаткування - це продукт закономірного результату розвитку суспільства, об'єктивно необхідна частина її економічної структури, що втілює досить складне утворення законодавчих нормативних актів, які регулюють взаємовідносини між державою і підприємцем.

Система оподаткування підприємницької діяльності будується на принципах обов'язковості, економічної діяльності, соціальної справедливості, 31

поєднання інтересів держави, регіонів, підприємницьких структур і підприємців. Вона забезпечує надходження коштів відповідних рівнів і державних цільових фондів.

Під податком, збором, іншим обов'язковим платежем до бюджетів і внеском до державних цільових організаційних фондів розуміється обов'язковий внесок до бюджету відповідного рівня або державного цільового фонду. Облік платників податків та інших обов'язкових платежів здійснюється державними податковими адміністраціями.

Малі підприємства, віднесені до таких відповідно до законодавства, створені в сфері промисловості, сільського господарства і будівництва, сплачують податок з доходу в перший рік діяльності в розмірі 25%, а наступного року - 50% від ставки податку. В разі невиконання цієї умови, малі підприємства оподатковуються за підсумками року на загальних підставах. При припиненні діяльності малого підприємства до закінчення трирічного строку оподаткування проводиться на загальних підставах. При віднесенні підприємства до категорії малого, враховується загальна чисельність працюючих, включаючи й тих, хто працює по сумісництву та договору підряду.

Підприємницька організація має право на одержання податкового кредиту, якщо мале підприємство придбало і експлуатує обладнання, що повністю використовується для науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт, виконуваних силами самого підприємства, і для захисту природного середовища від забруднення.

У світі загально визнано той факт, що бути легальним у малому бізнесі значно дорожче, ніж у великому. І ця різниця ще більше зростає в міру того, як ускладнюється законодавча база, що регулює діяльність малого бізнесу.

Саме тому на малий бізнес необхідно орієнтувати податкову політику, що має підкреслити й реалізувати його соціальну значущість. Лише в такому разі податкова політика стане органічною й невід'ємною складовою загальної державної політики розвитку малого бізнесу, критеріями ефективності якої є зростання загальної чисельності працівників малих підприємств та зайнятих у сфері малого підприємництва.

Особливості податкової політики у сфері малого підприємництва: простота, зрозумілість, вигідність.

Насамперед це простота й прозорість правил оподаткування, простота визначення податкової бази, мінімізація процедур обліку, їх доступність для професійно не підготовленої людини, а також спрощеність процедури контролю.

Особливі групи підприємців

У 1998 році було видано Указ Президента «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва», який закріпив правові основи запровадження спрощеного оподаткування. Сьогодні в Україні існують такі види спрощеного оподаткування для суб'єктів малого підприємництва:

- єдиний податок;
- фіксований податок (патент);
- фіксований сільськогосподарський податок.

Звісно, кожен з них має свої особливості, спрямовані на певну категорію суб'єктів оподаткування. Однак у всіх системах було реалізовано ідею заміни багаточисельних податків, зборів та обов'язкових платежів до державного і місцевих бюджетів, а також бюджетних фондів одним єдиним податком.

Спрощена система оподаткування забезпечила динамічний розвиток малого підприємництва та стабільні надходження до бюджету, що свідчить про адаптованість та прийнятність її для значної категорії суб'єктів підприємницької діяльності.

Система дозволяє підприємцям легально працювати, незважаючи на недосконалість існуючої загальної системи оподаткування та надвисокого податкового навантаження на фонд оплати праці.

Спрощена система оподаткування дає можливість започаткувати власну справу без додаткової спеціальної економічної та бухгалтерської освіти. Привабливість системи для суб'єктів малого бізнесу зумовлена передусім спрощенням системи адміністрування і зменшенням небезпеки несвідомого порушення чинних правил.

Особливим механізмом державної політики сприяння розвитку малого підприємництва було запровадження саме спрощеної системи оподаткування суб'єктів малого підприємництва яка стала справжнім спасінням малого бізнесу від доволі на загальній системі оподаткування.

До реформування загальної системи оподаткування, яка вимагає складного та громіздкого податкового обліку і звітності, скасування спрощеної системи призведе до закриття, а не розвитку бізнесу.

Скасування спрощеної системи оподаткування призведе до повної та остаточної «тінізації» діяльності підприємців з одночасним зменшенням доходів місцевих та державного бюджетів, загальнодержавних фондів соціального страхування та збільшення безробіття, криміналізації бізнесу та галопуючої корупції.

Є 4 групи платників єдиного податку:

- **1 група** - підприємці, які здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках або здійснюють господарську діяльність по наданню побутових послуг населенню;

- **2 група** - підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку або населенню, здійснюють виготовлення або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства;

- **3 група** - фізичні особи-підприємці та юридичні особи: кількість найманих працівників - не обмежена; обсяг доходу - обмежений;

- **4 група:**

- сільгоспвиробники, в яких доля сільськогосподарського

товаровиробництва за попередній рік дорівнює або перевищує 75 %.

- кількість найманих працівників - не обмежена.
- обіг коштів - не обмежений.
- ставка: різна для ріллі, сінокосів або пасовищ, багаторічних насаджень, земель водного фонду. Фіксований сільгосп податок фактично було трансформовано в єдиний податок. Об'єктом оподаткування для 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.

Підставою для нарахування єдиного податку платникам четвертої групи є дані державного земельного кадастру та/або дані з державного реєстру речових прав на нерухоме майно.

Платники єдиного та фіксованого податку сплачують єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування.

Платники єдиного податку не є платниками таких податків і зборів, визначених Податковим кодексом України:

- податок на прибуток підприємства;
- податок на доходи фізичних осіб (ПДФО) - для фізичних осіб - підприємців;
- ПДВ з операцій з постачання товарів та послуг, місце надання яких розташоване на митній території України, за винятком податку на додану вартість, що сплачується юридичними особами, які обрали ставку оподаткування 6%;
- земельний податок, крім земельного податку за земельні ділянки, що не використовуються для ведення підприємницької діяльності;
- плата за користування надрами;
- збір за спеціальне використання води;
- збір за спеціальне використання лісових ресурсів;
- збір за провадження деяких видів підприємницької діяльності.

Тема 4. Економічні та правові засади підприємництва.

- 1. Правове регулювання підприємницької діяльності.*
- 2. Економічне забезпечення підприємницької діяльності.*
- 3. Сучасні проблеми підприємництва в Україні.*
- 4. Перспективи розвитку правових і економічних механізмів підтримки екологічно відповідального бізнесу.*

1. Правове регулювання підприємницької діяльності

Кожне підприємство, незалежно від форми власності, має діяти і вести господарську діяльність у межах чинного законодавства.

Законодавство України визначає види і форми підприємств, правила їх організації та ліквідації, механізми здійснення ними підприємницької діяльності, створює однакові умови для діяльності підприємств незалежно від форми власності, визначає їх права і формивідповідальності у здійсненні господарської діяльності, регулює відносини з іншими суб'єктами господарювання та державою.

До **законодавчих актів** належать нормативні акти Верховної Ради України та Кабінету міністрів України. До **підзаконних нормативних актів** - укази та розпорядження Президента України, постанови та розпорядження Кабінету Міністрів, нормативні акти місцевих рад народних депутатів та місцевих адміністрацій.

Специфікою законодавства про підприємницьку діяльність є велика кількість підзаконних нормативно-правових актів (положень, інструкцій, правил тощо), що ускладнює можливість його систематизації.

Основними правовими актами, які регулюють діяльність підприємств, є:

- Господарський кодекс України - регламентує порядок створення, реєстрації, ліквідації і реорганізації підприємства; розкриває загальні принципи управління підприємством і самоврядуванням трудового колективу; розглядає механізм формування і використання майна підприємств; визначає види господарської, економічної і соціальної діяльності підприємств; фіксує права і відповідальність у здійсненні господарської діяльності; регулює відносини з іншими господарюючими суб'єктами та державою;

- Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців» - підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації;

- статут підприємства;

- Генеральна тарифна угода;

- колективний договір;

- Класифікація організаційно-правових форм господарювання, затверджена наказом державного комітету України по стандартизації, метрології та сертифікації;

- інші правові документи, що регулюють окремі напрями діяльності підприємства.

Статут підприємства - це зібрання обов'язкових правил, що регулюють його взаємовідносини з іншими суб'єктами господарювання, а також індивідуальну діяльність. Статут затверджується власником (власниками) майна, а для державних підприємств - власником майна за участю трудового колективу.

Засновницький договір - це угода, укладена між двома або кількома засновниками щодо створення підприємства.

Колективний договір - це угода між трудовим колективом в особі профспілки та адміністрацією або власником, яка щорічно переглядається і регулює їх виробничі, економічні і трудові відносини.

Підприємства можуть використовувати тарифні сітки і шкали співвідношень

посадових окладів, що визначаються галузевими або генеральними угодами як орієнтири для диференціації оплати праці залежно від професії, кваліфікації працівників, складності та умов виконуваних ним робіт.

Генеральна тарифна угода - частина договірною регулювання відносин між роботодавцями (в особі федерації роботодавців) та працівниками (в особі федерації профспілок).

Генеральна тарифна угода включає такі розділи:

- зазначення договірних сторін і правової бази тарифної угоди;
- оплата праці;
- забезпечення зайнятості;
- охорона праці;
- соціальні гарантії;
- зобов'язання профспілок;
- гарантії профспілкової діяльності;
- склад комісії;
- лист погодження.

Положення генеральної тарифної угоди мають пряму дію, поширюються на підприємства усіх форм власності, є обов'язковими як мінімальні гарантії для сторін при укладенні колективних договорів, галузевих та регіональних угод.

2. Економічне забезпечення підприємницької діяльності

Економічні умови створення підприємницьких організаційних структур - це, в першу чергу, пропозиція товарів та попит на них; види товарів, які можуть придбати покупці, обсяги грошових коштів, які покупці можуть витратити на ті покупки; надлишок або нестача робочих місць, робочої сили, що впливають на рівень заробітної плати працівників, та їх можливості придбання товарів.

На економічну обстановку суттєво впливають наявність і доступність грошових ресурсів, рівень доходів на інвестований капітал, а також величина позичкових коштів, до яких готові звернутися підприємці для фінансування своїх ділових операцій і які готові надати їм кредитні установи.

Економічні ресурси є кістком виробництва й охоплюють засоби праці, які використовуються в процесі виробництва. Це трактори, автомобілі, комбайни, сільськогосподарські машини, виробничі будівля та споруди, засоби зв'язку й інші засоби, що використовуються і характеризують потужність підприємств.

Економічні ресурси поділяються на:

- матеріальні - сукупність предметів і засобів праці, якими володіє і які використовує підприємство у процесі виробництва;
- трудові - працівники підприємства;
- фінансові - грошові засоби, що є на рахунку в банку та касі підприємства і використовуються для обслуговування виробництва: на придбання засобів, сировини і матеріалів, оплату праці, інвестиції, науково-дослідні й пошукові роботи та ін.

Будь-яке підприємство, яке веде виробничу або комерційну діяльність,

повинно володіти певним капіталом. Капітал створює основу функціонування підприємства та можливості його розвитку. Його ключова роль пояснюється здатністю поєднувати усі фактори виробництва у єдиний виробничий комплекс підприємства.

Капітал підприємства - це сукупна вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, інвестована у його активи.

Капітал підприємства фактично відображає накопичені економічні блага, які виступають у формі грошових коштів та реальних капітальних об'єктів, залучених в економічний процес з метою одержання доходів.

Капітал підприємства класифікується за різними ознаками (рис. 4.1).



Рис. 4.1. Ознаки класифікації капіталу підприємства

Власний капітал характеризує загальну вартість засобів підприємства, які належать йому на правах власності і використовуються ним для формування своїх активів.

Позиковий капітал підприємства - це капітал сформований шляхом залучення коштів ззовні, незалежно від джерела та вартості його отримання.

Грошова, матеріальна і нематеріальна форми капіталу використовуються для формування статутного капіталу підприємства. Інвестиції у цих формах дозволені законодавством при створенні нових підприємств, а також збільшенні розмірів їх статутних фондів.

Основний капітал - частина капіталу підприємства, яка бере участь у

виробництві товару протягом багатьох виробничих циклів і переносять свою вартість на вироблену продукцію частинами.

Оборотний капітал - частина капіталу підприємства, вартість якої переноситься у створювану продукцію повністю протягом одного виробничого циклу і повертається підприємству у грошовій формі після її реалізації.

Державний і приватний капітал може бути інвестованим у підприємство в процесі формування його статутного капіталу, а також в процесі його поточної виробничо-господарської діяльності.

Акціонерний капітал - капітал підприємств, створених у формі акціонерних товариств; пайовий капітал - капітал партнерських підприємств; індивідуальний капітал - капітал індивідуальних підприємств (сімейних) та фізичних осіб.

Споживчий капітал після його розподілу на споживчі цілі (виплата відсотків, дивідендів, соціальні виплати працівникам та ін.) втрачає функцію капіталу, оскільки є відтоком засобів підприємства з обороту.

Реінвестований капітал (накопичувальний) характеризує різні форми його приросту в процесі капіталізації прибутку, дивідендних виплат та ін.

Внутрішні джерела поповнення капіталу підприємства є прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства, амортизаційні відрахування від основних засобів і нематеріальних активів, інші внутрішні джерела формування власних фінансових ресурсів.

Зовнішні джерела формування капіталу підприємства є кошти, не пов'язані з його діяльністю:

- кошти, які мобілізуються на фінансовому ринку;
- кошти, які підприємство одержує в порядку перерозподілу.

3. Сучасні проблеми підприємництва в Україні

Підприємництво відіграє особливу роль у національному господарстві будь-якої країни, прискорюючи рух економіки шляхом підвищення ефективності та постійного оновлення і Україна не є виключенням. Нагромаджений досвід усіх індустріально розвинутих країн з ринковою економікою незаперечно підтверджує, що підприємництво - необхідна умова досягнення економічного зростання.

Аналіз наявного стану сучасного підприємництва дає змогу стверджувати, що нестабільність (політично) го середовища наносить відчутну шкоду економічному розвитку нашої країни. Підприємництво, особливо мале і середнє, у першу чергу, реагує на негативний вплив дестабілізаційних факторів. Така реакція найчастіше знаходить своє вираження у формі скорочення кількості підприємств приватного сектору, зниження обсягу виробництва та чисельності працюючих.

Проблеми у сфері підприємництва України спостерігаються як на макро-, так і на мікрорівні. Деякі з них носять настільки глобальний характер і так вкоренились на вітчизняних теренах, що їх вирішення можливе лише у випадку запровадження кардинальних економічних реформ або повного демонтажу

існуючої економічної системи.

Зокрема щодо проблем вітчизняного підприємництва на макрорівні, то до них можна віднести: незначну чисельність підприємств малого і серед нього бізнесу, а також нетривалість їх життєвого циклу, що обумовлено відсутністю їх державної підтримки; високі витрати часу на проходження офіційних процедур для започаткування підприємства; високі витрати часу і коштів підприємців на реєстрацію власності; торгівельна, а не виробнича орієнтація діяльності підприємницького сектора; нарощування імпорту продукції і послуг замість налагодження національного виробництва; непривабливий інвестиційний клімат; відтік інвестицій та інших коштів за кордон; низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств; відсутність внутрішнього попиту на інновації у підприємстві; невідповідність сучасним вимогам і нерівномірність розташування інфраструктури, функції якої зводяться до обслуговування підприємницької діяльності; наявність прямих та опосередкованих злочинних, кримінальних посягань, так званого «рейдерства», а також дискримінаційних дій щодо підприємців тощо; посилення тінізації економіки, зростання нелегальної частки та перерозподіл тіньового ринку реального сектора економіки; низька результативність регіональних програм підтримки малого бізнесу; неефективна державна регулятивна політика.

На мікрорівні сфера підприємництва стикається з такими основними проблемами: низька продуктивність праці та мотивованість працівників; високі витрати часу на підготовку податкових документів, ухилення від оподаткування, проведення тіньових операцій та виведення капіталу за межі країни та інші факти порушення норм господарського права; невисокий рівень кваліфікації підприємців, що значно ускладнює перспективи інноваційного розвитку; неефективний менеджмент, що спричиняє до зниження конкурентоспроможності підприємств; недостатність коштів у підприємців для розвитку власної справи; високі відсоткові ставки за користування банківськими кредитами.

Розглядаючи показники малого бізнесу, можна відмітити, що показник кількості суб'єктів підприємницької діяльності на тисячу осіб населення в Україні у 10 разів менший, ніж у розвинених європейських країнах. А внесок малих підприємств у валовий внутрішній продукт складав лише 10%, це у 3 - 4 рази нижче, ніж у більшості європейських країн. Особливо негативним явищем є те, що значна кількість зареєстрованих малих підприємств займається лише такими швидко прибутковими видами господарської діяльності, як торгівля та посередницькі послуги. Як свідчить статистика, тільки 5% з числа новостворених підприємств в Україні можна вважати успішними, 35% зникають вже протягом першого року діяльності. Решта 60% ледве зводять кінці з кінцями.

Попри багаторічні напрацювання, все ж належні умови для розвитку малого бізнесу так ще й не створені. Тому проблема регулювання господарської діяльності та підтримки малих підприємств потребує наукового та практичного вирішення. Було б доцільно з метою сприяння та підтримки розвитку бізнесу,

ввести спрощення процедури отримання суб'єктами підприємницької діяльності дозвільного характеру, забезпечення прозорості процедур прийняття рішень, які регулюють підприємницьку діяльність. Це зокрема можна реалізувати шляхом створення в містах єдиної структури дозвільних організацій, діяльність яких була б направлена на надання інформаційної, консультаційної та практичної допомоги суб'єктам підприємництва в сфері господарської діяльності. Також на сьогоднішні важливим питанням є підвищення підприємницької культури населення, що повинно стати одним з пріоритетів роботи відповідних органів державної влади. Так маючи необхідні знання, а значить розвиваючи підприємницьку культуру значна частина населення шляхом організації власного бізнесу та самозайнятості зможе вирішувати проблеми працевлаштування, що в свою чергу неабияк покращить економічну ситуацію як на даній місцевості, так і в країні в цілому.

4. Перспективи розвитку правових і економічних механізмів підтримки екологічно відповідального бізнесу

Формування ефективної системи правових і економічних механізмів підтримки екологічно відповідального бізнесу є важливою передумовою забезпечення сталого розвитку, підвищення конкурентоспроможності національної економіки та раціонального використання природно-ресурсного потенціалу. У зв'язку з цим особливої актуальності набуває удосконалення інструментів державного регулювання, спрямованих на стимулювання підприємств до впровадження екологічно безпечних технологій та зменшення негативного впливу на навколишнє природне середовище.

Екологічно відповідальний бізнес передбачає здійснення підприємницької діяльності з урахуванням екологічних вимог, дотримання принципів

раціонального природокористування та мінімізації антропогенного навантаження на довкілля. Такий підхід базується на поєднанні економічних інтересів підприємств із завданнями охорони природного середовища, що відповідає концепції сталого розвитку та «зеленої» трансформації економічних систем.

Важливу роль у формуванні екологічно відповідального бізнес-середовища відіграють правові механізми державного регулювання. До основних інструментів правового забезпечення належать екологічне законодавство, нормативно-правові акти у сфері охорони довкілля, стандарти екологічної безпеки, а також система контролю та відповідальності за порушення екологічних вимог. Правові механізми спрямовані на встановлення обов'язкових екологічних норм і правил, яких повинні дотримуватися суб'єкти господарювання у процесі здійснення виробничої діяльності.

Разом із тим ефективність екологічної політики значною мірою залежить від використання економічних механізмів стимулювання екологічно відповідального бізнесу. До таких механізмів належать екологічне оподаткування, система платежів за використання природних ресурсів, фінансові стимули для впровадження екологічно чистих технологій, а також державна підтримка «зелених» інвестицій. Використання економічних інструментів дозволяє створити матеріальну зацікавленість підприємств у зменшенні обсягів забруднення довкілля та підвищенні ефективності використання природних ресурсів.

Одним із перспективних напрямів розвитку економічних механізмів підтримки екологічно відповідального бізнесу є впровадження системи екологічних податкових пільг та фінансових стимулів для підприємств, які здійснюють інвестиції у природоохоронні заходи. Зокрема, доцільним є застосування податкових знижок для суб'єктів господарювання, що впроваджують енергоощадні технології, використовують відновлювані джерела енергії або реалізують проекти з перероблення відходів.

Важливим інструментом стимулювання екологічно відповідального бізнесу є розвиток механізмів «зеленого» фінансування. У сучасних умовах дедалі більшого поширення набувають «зелені» інвестиції, екологічні фонди та спеціалізовані фінансові програми підтримки екологічних проектів. Такі механізми сприяють залученню інвестиційних ресурсів у сферу екологічної модернізації виробництва та розвитку інноваційних екологічних технологій.

Перспективним напрямом удосконалення правових механізмів підтримки екологічно відповідального бізнесу є гармонізація національного екологічного законодавства з міжнародними екологічними стандартами та нормами. Це особливо актуально для країн, що інтегруються у світову економічну систему та прагнуть підвищити екологічні стандарти ведення господарської діяльності. У цьому контексті важливим завданням є адаптація законодавства до вимог міжнародних екологічних угод, а також впровадження сучасних інструментів екологічного управління, зокрема систем екологічного менеджменту та 41

екологічної сертифікації.

Отже, удосконалення екологічного законодавства, розвиток економічних стимулів для підприємств, підтримка «зелених» інвестицій та впровадження інноваційних екологічних технологій сприятимуть формуванню нової моделі господарської діяльності, орієнтованої на поєднання економічної ефективності та екологічної безпеки. У довгостроковій перспективі це дозволить підвищити рівень екологічної відповідальності бізнесу та забезпечити збалансований розвиток суспільства.

Тема 5. Створення бізнесу

- 1. Пошук ідеї бізнесу та умови його створення.*
- 2. Створення початкового капіталу у бізнесі та його використання.*
- 3. Легалізація бізнесу.*

1. Пошук ідеї бізнесу та умови його створення

Пристаючи до організації бізнесу, підприємець ставить перед собою питання: що він може і хоче створити, на основі чого. Для організації бізнесу необхідні кошти, статутний фонд, приміщення. Для організації підприємницької діяльності - виробничі потужності, обладнання, відповідна технологія, підготовлені виробничі кадри тощо. Важливу роль відіграють результати вивчення ринку: попиту і пропозиції, ціна тієї продукції, яку підприємець передбачає виготовляти, стан конкурентів, можливість забезпечення виробництва продукції необхідними матеріальними і сировинними ресурсами. І, як результат підготовки до організації бізнесу, визначитись, який буде прибуток за тієї умови, що продукція буде конкурентноздатною і користуватиметься попитом на ринку.

Ідея бізнесу - це одержання прибутку підприємцем в результаті організації справи із задоволення суспільної потреби.

Сформулювавши ідею, суб'єкт підприємницької діяльності, як фізична або юридична особа, яка здійснює підприємницьку діяльність легітимно, визначається, який для нього прийнятний вид бізнесу: власна справа чи товариство (партнерство), що дозволяється створювати в Україні згідно з ст. 45 Господарського Кодексу України підприємство в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця (наприклад, акціонерні товариства, які за типом поділяються на публічні акціонерні товариства та приватні акціонерні товариства).

Залежно від форм власності, передбачених законом, в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, що діє на основі приватної власності
- громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи);
- підприємство, що діє на основі колективної власності (підприємство колективної власності);

- комунальне підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;
- державне підприємство, що діє на основі державної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності (на базі об'єднання майна різних форм власності).

У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як десять відсотків, воно визнається підприємством з іноземними інвестиціями. Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається іноземним підприємством. Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного капіталу в Україні діють підприємства унітарні (створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства) та корпоративні (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).

Вибравши вид бізнесу, підприємець приступає до створення підприємства.

Суб'єкт господарювання може бути утворений за рішенням власник (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законодавством, також за рішенням інших органів, організацій і громадян шляхом заснування нового, реорганізації (злиття, приєднання, виділення, поділу, перетворення) діючого (діючих) суб'єкта господарювання з додержанням вимог законодавства. Крім цього можуть утворюватися шляхом примусового поділу (виділення) діючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно до антимонопольно-конкурентного законодавства України.

У випадках, коли для створення і діяльності підприємства потрібні природні ресурси, дозвіл на їх використання видається відповідно радою народних депутатів, а в передбачених законодавчими актами випадках - Верховною Радою України за поданням первинного природокористувача і при наявності позитивного висновку державної екологічної експертизи або відповідної ради народних депутатів.

Підприємству може бути передана в колективну власність або надана в користування, у тому числі на умовах оренди, земельна ділянка в порядку, встановленому Земельним кодексом України. Підприємство набуває прав юридичної особи від дня його державної реєстрації.

2. Створення початкового капіталу у бізнесі та його використання

Початковий капітал - це статутний фонд, виділені підприємству або залучені ним на засадах, визначених чинним законодавством, фінансові ресурси у вигляді грошових коштів або вкладень у майно, цінності, нематеріальні активи, цінні

папери, закріплені за підприємством на праві власності або повного господарського відання. За рахунок статутного фонду підприємство формує свої власні основні та оборотні фонди (кошти).

Права підприємців щодо формування статутного фонду закріплені в законах України «Про господарські товариства» від 19.09.1991 № 1576-XII, Про акціонерні товариства» від 17.09.2008 № 514-VI та у Господарському Кодексі України від 16.01.2003 № 436-IV та Цивільному Кодексі України від 16.01.2003 № 435-IV.

Майно підприємства становлять виробничі і невиробничі фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі підприємства.

Джерелами формування майна підприємства є:

- грошові та матеріальні внески засновників;
- доходи, одержані від реалізації продукції, послуг, інших видів господарської діяльності;
- доходи від цінних паперів;
- кредити банків та інших кредиторів;
- капітальні вкладення і дотації з бюджетів;
- майно, придбане в інших суб'єктів господарювання, організацій та громадян у встановленому законодавством порядку;
- інші джерела, не заборонені законодавством України.

Цілісний майновий комплекс підприємства визнається нерухомістю і може бути об'єктом купівлі-продажу та інших угод, на умовах і в порядку, визначених цим Господарським Кодексом України та відповідними законами.

Наприклад, господарське товариство є власником:

- 1) майна, переданого йому учасниками товариства у власність як вклад до статутного (складеного) капіталу;
- 2) продукції, виробленої товариством у результаті господарської діяльності;
- 3) одержаних доходів;
- 4) іншого майна, набутого на підставах, що не заборонені законом.

Внеском до статутного (складеного) капіталу господарського товариства можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку.

3. Легалізація бізнесу

Підприємство вважається легалізованим і набуває прав юридичної особи з дня його державної реєстрації. Державна реєстрація підприємства здійснюється у виконавчому комітеті міської, районної адміністрації за місцем знаходження або місцем проживання даного суб'єкта підприємницької діяльності, якщо інше не передбачено законом.

Згідно ст. 4 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців» від 15.05.2003 № 755-IV державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців - засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій, які

передбачені цим Законом, шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

Для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності - юридичної особи подаються такі документи:

- рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним органу про створення юридичної особи (крім приватного підприємства).

Якщо власників або уповноважених ними органів два і більше, таким рішенням є:

- установчий договір, а також протокол установчих зборів (конференції) у випадках, передбачених законом;

- статут, як установчий документ, якщо це необхідно для створеної організаційної форми підприємництва;

- реєстраційна картка встановленого зразка, яка є водночас заявою про державну реєстрацію;

- документ, що засвідчує сплату власником (власниками) внеску до статутного фонду суб'єкта підприємницької діяльності в розмірі, передбаченому законом;

- документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання. 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.

Для проведення державної реєстрації фізична особа (ст. 42 Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців» від 15.05.2003 № 755-IV), яка має намір стати підприємцем та має реєстраційний номер облікової картки платника податків, або уповноважена нею особа повинна подати особисто (надіслати поштовим відправленням з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) або через уповноважену особу державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи підприємця;

- копію документа, що засвідчує реєстрацію у Державному реєстрі фізичних осіб — платників податків;

- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи — підприємця;

- нотаріально посвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника, або органу опіки та піклування, якщо заявником є фізична особа, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю.

Місцезнаходженням суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної особи) на дату державної реєстрації може бути місце знаходження (місце проживання)

одного із засновників або місце знаходження за іншою адресою, що підтверджується договором оренди або іншим відповідним договором. Органам державної реєстрації забороняється вимагати від суб'єктів підприємницької діяльності додаткові документи, не передбачені цим законом.

Державна реєстрація суб'єктів бізнесу здійснюється за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом протягом п'яти робочих днів.

Органи державної реєстрації зобов'язані протягом цього терміну внести дані з реєстраційної картки до реєстру суб'єктів підприємницької діяльності та видати свідоцтво про державну реєстрацію встановленого зразка з поставленим ідентифікаційним кодом (для юридичних осіб), який надається органам державної реєстрації органами державної статистики, або ідентифікаційним номером фізичної особи — платника податків та інших обов'язкових платежів.

У визначений термін із дати реєстрації органи державної реєстрації направляють примірник реєстраційної картки з відміткою про державну реєстрацію відповідному державному податковому органу й органу державної статистики та подають відомості про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності до органів соціального страхування і Пенсійного фонду України.

Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи - підприємця державним реєстратором видається (надсилається поштовим відправленням) заявнику виписка з Єдиного державного реєстру.

У виписці зазначаються:

- найменування юридичної особи або ім'я фізичної особи - підприємця;
- ідентифікаційний код юридичної особи або реєстраційний номер облікової картки платника податків;
- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи - підприємця;
- прізвище, ім'я та по батькові осіб, які мають право вчиняти юридичні дії від імені юридичної особи або від імені фізичної особи - підприємця без довіреності, у тому числі підписувати договори, їх реєстраційні номери облікових карток платників податків;
- наявність обмежень щодо представництва від імені юридичної особи або фізичної особи - підприємця;
- дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі;
- дата видачі виписки.

Виписка з Єдиного державного реєстру підписується державним реєстратором і засвідчується його печаткою.

Підставами для постановлення судового рішення про припинення підприємницької діяльності фізичної особи - підприємця є (ст. 46 ч.2 Закону

України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців» від 15.05.2003 № 755-IV):

- визнання фізичної особи - підприємця банкрутом;
- провадження нею підприємницької діяльності, що заборонена законом;
- неподання протягом року органам державної податкової служби податкових декларацій, документів фінансової звітності відповідно до закону;
- наявність в Єдиному державному реєстрі запису про відсутність фізичної особи - підприємця за зазначеним місцем проживання.

Орган державної реєстрації в десятиденний термін позбавляє суб'єкта підприємництва прав юридичної особи, що є підставою для виключення його з єдиного державного реєстру підприємств і організацій України.

Підприємство діє на основі статуту. Статут затверджується власником (власниками) майна, а для державних підприємств - власниками майна за участю трудового колективу.

У статуті підприємства визначаються власник та найменування підприємства, його місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, його органи управління, порядок їх формування, компетенція та повноваження трудового колективу і його виборчих органів, порядок утворення майна підприємства, умови реорганізації та припинення діяльності підприємства.

У найменуванні підприємства визначається його назва (завод, фабрика, майстерня та інші) і вид (індивідуальне, приватне, колективне, державне та інше) У статуті підприємства визначається орган, який має право представляти інтереси трудового колективу (рада трудового колективу, рада підприємства, профспілковий комітет та інше).

Відповідальність суб'єктів бізнесу передбачається у ст. 49 Господарського Кодексу України:

- підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю;
- не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави.
- за завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Діяльність підприємства припиняється:

- з власної ініціативи підприємця;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця.

Ліквідація підприємства здійснюється ліквідаційною комісією, яка утворюється власником або уповноваженим ним органом. За їх рішенням ліквідація може проводитися самим підприємством в особі його органу 47

управління.

Тема 6. Форми організації бізнесу

1. *Підприємство як основа архітектури бізнесу.*
2. *Об'єднання підприємств та господарські товариства.*
3. *Організаційно-правові форми бізнесу.*

1. Підприємство як основа архітектури бізнесу

В Україні закінчується формування структури економіки. Свідченням цього є поява різних підприємницьких структур, властивих ринковій економіці, їх можна класифікувати за такими ознаками:

- 1) за формою власності:
 - приватне підприємство;
 - підприємство колективної власності;
 - комунальне підприємство;
 - державне підприємство;
 - підприємство, засноване на змішаній формі власності;
- 2) за способом утворення (заснування):
 - унітарні підприємства;
 - корпоративні підприємства;
- 3) за кількістю працюючих та обсягом валового доходу від реалізації продукції за рік:
 - малі підприємства;
 - середні підприємства;
 - великі підприємства.

2. Форми організації бізнесу

Підприємство - це основна організаційна та виробнича ланка економіки країни, яка характеризується наступними ознаками:

- 1) самостійність у системі господарства країни;
 - 2) підприємство має самостійний баланс, розрахунковий рахунок у банку,
 - 3) печатку з назвою підприємства, товарний знак (для промислових підприємств);
 - 4) підприємство має закінчений цикл відтворення, тобто його продукція може в умовах поділу праці набувати форми товару;
 - 5) підприємство має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами.
- Специфіка підприємств розкривається у наступному:

6) по-перше, підприємство є технологічно і територіально відокремленою сукупністю засобів виробництва та робочої сили. Фактори виробництва - праця, земля, капітал, які є трьома «китами» економіки, - функціонують та розвиваються тільки об'єднавшись у рамках конкретних підприємств. Кожне підприємство має різні фактори виробництва і по-різному комбінує їх. На різних підприємствах

застосовуються різні технології виробництва. Це означає, що дані підприємства технологічно і територіально відокремлені, як одне від одного, так і від інших підприємств. У цьому розумінні підприємство можна визначити як технологічне поєднання факторів виробництва;

7) по-друге, кожне підприємство спеціалізується на виготовленні певного товару чи послуги. Поєднання факторів виробництва в процесі створення товару завершується випуском готової продукції, тобто процеси в рамках підприємства набувають завершеності у вигляді остаточного результату;

8) по-третє, кожне підприємство, крім технологічно-територіальної, характеризується ще й економічною відокремленістю. Все майно підприємства, з усіма засобами виробництва та технологіями, є його власністю. Підприємство розпоряджається своїм майном, самостійно складає виробничу програму, набирає кадри, здійснює управління виробничим процесом, реалізує одержану продукцію, відшкодовує витрати та отримує прибуток. В економіці підприємства відбиваються економічні явища: виробництво, обмін, розподіл, споживання.

9) по-четверте, підприємство - це завжди соціальний осередок суспільства, певний колектив співробітників. На підприємстві проходить важлива частина життя людини, за допомогою колективу відбувається її розвиток, духовне зростання. Від злагоди в колективі залежить економічний успіх підприємства.

Ця специфіка підприємства підпорядкована реалізації його основної виробничої функції - створенню максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб суспільства за найменших витрат виробництва. Для здійснення цієї функції підприємство розгортає діяльність у різних сферах, виконуючи в кожній специфічні функції, до яких відносять:

10) виробничо-технологічні функції підприємства, що пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, впровадженням новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом;

11) економічні функції підприємства полягають в: управлінні процесами виробництва та збуту товарів, укладанні контрактів, найнятті працівників і раціональній організації їхньої праці, розподілі доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунку економічної ефективності, ціноутворенні, вивченні ринку;

12) соціальні функції підприємства - це поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та підлг працівникам і членам їхніх сімей, благодійна діяльність;

13) зовнішньоекономічні функції, за допомогою яких підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному співробітництві.

Таким чином, *підприємство* - це основна організаційна ланка народного господарства України, яка має права юридичної особи та здійснює виробничу,

науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

2. Об'єднання підприємств та господарські товариства

Згідно із законодавством та відповідно до форм власності в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- приватне підприємство, засноване на власності фізичної особи;
- колективне підприємство, засноване на власності трудового колективу підприємства;
- господарське товариство;
- підприємство, яке засноване на власності об'єднання громадян;
- комунальне підприємство, засноване на власності відповідної територіальної громади;
- державне підприємство, засноване на державній власності, у тому числі казенне підприємство.

Державне підприємство, яке відповідно до законодавства України не підлягає приватизації, за рішенням Кабінету Міністрів України може бути перетворене в казенне підприємство. Рішення про перетворення державного підприємства в казенне приймається за однією з таких умов: підприємство проводить виробничу або іншу діяльність, яка відповідно до законодавства може здійснюватись тільки державним підприємством; головним споживачем продукції підприємства (більш як 50%) є держава; підприємство є суб'єктом природних монополій.

Підприємства мають право на добровільних засадах об'єднувати виробничу, наукову, комерційну та інші види діяльності, якщо це не суперечить антимонопольному законодавству України.

Підприємства можуть об'єднуватися в:

- *асоціації* - договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників;
- *корпорації* - договірні об'єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;
- *консорціуми* - тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети;
- *концерни* - статутні об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємств;
- інші об'єднання за галузевим, територіальним та іншими принципами.

Господарські товариства - це підприємства, установи, організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їхнього майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку.

До господарських товариств належать: акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні 50

товариства, командитні товариства, акціонерні товариства.

Товариства є юридичними особами, можуть займатися будь-якою підприємницькою діяльністю, яка не суперечить законодавству України.

Акціонерне товариство - господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями (згідно з ст.

Акціонери відповідають за зобов'язаннями товариства тільки в межах належних їм акцій. У випадках, передбачених статутом, акціонери, які не повністю оплатили акції, несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства також у межах несплаченої суми.

Акціонерні товариства за типом поділяються на публічні акціонерні товариства та приватні акціонерні товариства. Кількісний склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів.

Публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій. Приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій. У разі прийняття загальними зборами приватного акціонерного товариства рішення про здійснення публічного розміщення акцій до статуту товариства вносяться відповідні зміни, у тому числі про зміну типу товариства - з приватного на публічне.

Засновниками акціонерного товариства визнаються держава в особі органу, уповноваженого управляти державним майном, територіальна громада в особі органу, уповноваженого управляти комунальним майном, а також фізичні та/або юридичні особи, що прийняли рішення про його заснування. Для створення акціонерного товариства засновники повинні провести закрите (приватне) розміщення його акцій, установчі збори та здійснити державну реєстрацію акціонерного товариства. Засновницький договір не є установчим документом товариства і діє до дати реєстрації Національного комісією з цінних паперів та фондового ринку звіту про результати закритого (приватного) розміщення акцій. Засновницький договір укладається в письмовій формі. Якщо товариство створюється за участю фізичних осіб, їх підписи на засновницькому договорі підлягають нотаріальному засвідченню. У разі заснування товариства однією особою засновницький договір не укладається.

Товариство з обмеженою відповідальністю - це товариство, що має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність у межах їхніх вкладів. У випадках, передбачених установчими документами, учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства також у межах невнесеної частини вкладу.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється статутний фонд, розмір якого має бути не менше суми, еквівалентної 1 мінімальна заробітна плата, виходячи зі ставки мінімальної заробітної плати, діючої на момент створення товариства з обмеженою відповідальністю. До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю кожен з учасників зобов'язаний внести не менше 50%

вказаного в установчих документах вкладу, що підтверджується документами, виданими банківською установою. Учасник зобов'язаний повністю внести свій вклад не пізніше року після реєстрації товариства.

Товариство з додатковою відповідальністю - це товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми внесками до статутного фонду, а коли цих сум недостатньо - додатково належним їм майном у розмірі, кратному до внеску кожного учасника.

Граничний розмір відповідальності учасників передбачається в установчих документах.

Повне товариство - це товариство, всі учасники якого займаються спільною підприємницькою діяльністю і несуть солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном.

Командитне товариство - це товариство, яке включає поряд з одним або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників).

Якщо в командитному товаристві беруть участь два або більше учасників з повною відповідальністю, вони несуть солідарну відповідальність за борги товариства.

3. Організаційно-правові форми бізнесу

Загальновідомі три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності.

- одноосібні володіння;
- партнерства (товариства);
- корпорації.

Розглянемо детальніше ці форми.

Суть **одноосібного володіння** полягає в тому, що все майно підприємства належить одному власникові, який самостійно ним управляє, одержує прибуток і несе повну особисту відповідальність за всі його зобов'язання.

Одноосібні володіння мають наступні переваги.

1) оскільки весь прибуток належить підприємцеві, він зацікавлений в ефективній праці. Зосередження прибутку в одних руках дає можливість безпосередньо використовувати його в інтересах справи. До того ж прибуток підприємця в ринковій економіці розглядається як його індивідуальний дохід і оподатковується лише індивідуальним прибутковим податком;

2) у власника підприємства витрати на організацію виробництва є невеликими. Його управлінські рішення негайно втілюються в життя. Він непідзвітний співвласникам чи будь-яким керівним органам. Невеликі розміри приватного підприємства дають змогу підприємцеві підтримувати прямі контакти зі своїми працівниками та клієнтами. Повна незалежність дуже цінується підприємцями;

3) одноосібному володінню властива простота в організації підприємства та його ліквідації. В обох випадках достатньо лише рішення самого підприємця.

Недоліки одноосібного володіння:

- мають місце труднощі із залученням великих кредитів, а власних фінансових ресурсів одноосібного підприємця здебільшого не вистачає для розвитку своєї справи. Через невисокий рівень платоспроможності комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагаючи більш високу плату за користування ними;
- повна відповідальність за борги. Це означає, що у випадку невдалого господарювання одноосібний власник може втратити не лише особисті заощадження, а й усе майно, яке піде на сплату боргів кредиторам;
- відсутність спеціалізованого менеджменту, що негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже одноосібний власник сам виконує всі управлінські функції;
- невизначеність термінів функціонування. Підприємницька діяльність такої організаційної форми юридично припиняється у разі банкрутства, позбавлення волі за карний злочин, психічного захворювання або смерті одноосібного власника.

Партнерство (товариство). Ця форма організації підприємництва є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає 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.

За ступенем участі засновників (партнерів) у діяльності підприємства прийнято розрізняти товариства: повні (з повною відповідальністю); командитні; товариства з додатковою та обмеженою відповідальністю.

Переваги партнерства перед одноосібними володіннями слідуючи.

- зростають фінансові можливості підприємства внаслідок об'єднання кількох капіталів. Банки більш охоче дають кредити таким підприємствам;
- вдосконалюється управління підприємством, оскільки з'являється спеціалізація в управлінні, тобто розподіл управлінських функцій між партнерами, а також є можливість найняти професійних менеджерів;
- велика свобода та оперативність господарських дій;
- як і одноосібні володіння, партнерства користуються податковими пільгами, оскільки прибуток кожного учасника оподатковується як його індивідуальний дохід.

Недоліки партнерства:

- необмежена відповідальність товариства може загрожувати всім партнерам так само, як і одноосібному власнику. Крах одного з партнерів може спричинити банкрутство товариства в цілому, оскільки в більшості випадків учасники несуть

солідарну відповідальність;

- недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів партнерів можуть провокувати малоефективну діяльність, а колективний менеджмент — негнучке управління товариством;

- непередбачуваність процесу і результатів діяльності товариства як нестійкої організаційно-правової форми підприємництва значно збільшують господарський ризик і зменшують впевненість у досягненні очікуваного зиску.

Корпорація (акціонерне товариство) є домінуючою формою підприємницької діяльності. Її власниками вважаються акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску до акціонерного капіталу корпорації. 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 реінвестування. Функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) і менеджерами.

Переваги корпорації (акціонерного товариства) наступні:

- корпорація є найефективнішою формою організації підприємницької діяльності з огляду на реальну можливість залучення необхідних інвестицій. Саме через ринок цінних паперів (фондову біржу) вона 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;

- потужній корпорації значно простіше постійно збільшувати обсяги виробництва або послуг. Це дає добру можливість отримувати прибуток, що постійно зростає;

- кожен акціонер як співвласник корпорації несе лише обмежену відповідальність (за банкрутства фірми він втрачає тільки вартість своїх акцій). Важливо й те, що окрема особа може зменшити свій власний фінансовий ризик, якщо купуватиме акції кількох корпорацій. Кредитори можуть пред'явити претензії лише корпорації як юридичній особі, а не окремим акціонерам як фізичним особам;

- корпорація - це організаційно-правове утворення, яке може функціонувати дуже тривалий період (постійно), що створює необмежені можливості для перспективного розвитку.

Корпоративна форма організації підприємницької діяльності має недоліки:

- мають місце певні розбіжності між функціями власності й контролю, що негативно впливає на необхідну гнучкість оперативного управління корпорацією. Розподіл функцій власності та контролю може призвести до виникнення соціальних суперечностей (конфліктів) між менеджерами і акціонерами корпорації;

- 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, 54

тобто є проблема подвійного оподаткування;

- у корпоративній формі бізнесу існують потенційні можливості для зловживань посадових осіб, оскільки керівництво корпорації може організувати емісію акцій для покриття збитків, спричинених безгосподарністю певних структурних ланок.

Змістовний модуль 2. Практичні основи організації та створення власного бізнесу

Тема 7. Реєстрація підприємницької діяльності

- 1. Етапи та складові підприємницької діяльності.*
- 2. Організаційно-підготовчі заходи і реєстрація.*
- 3. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва.*
- 4. Післяреєстраційне оформлення суб'єкта підприємницької діяльності.*

1. Етапи та складові підприємницької діяльності

Етапи підприємницької діяльності (технологія заснування бізнесу):

1. Мета організації власної справи. Визначення місії та формування цілей фірми - усвідомити, яким бізнесом треба займатись; сформувати глобальну ціль фірми.

2. Вибір бізнес-ідеї - найважливіший етап у створенні власної справи.

Помилковий вибір бізнес-ідеї може призвести, в кращому випадку, до втрати вашого часу, а в гіршому - до втрати грошей, які ви можете вкласти у їх розвиток.

Підприємницька ідея - конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатись певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення.

3. Вибір форми та визначення принципів власної справи.

4. Планування підприємницької діяльності. Формування стратегії діяльності, створення бізнес-плану.

5. Створення засновницьких документів підприємства (основними документами, які підтверджують статус юридичної особи, є статут і установчий (засновницький) договір; заснування підприємництва без цих двох документів не можливе.

6. Формування статутного фонду підприємства - надзвичайно важливим для майбутніх підприємців є знання про майно підприємства, зокрема про джерело його формування. Майно підприємства становить його основні та обігові фонди, а також інші цінності, вартість яких відображається у самостійному балансі підприємства.

7. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

8. Постановка на облік у податкових органах. Відкриття рахунків у банках - після державної реєстрації відповідний орган у десятиденний термін подає по одному екземпляру реєстраційної картки до Державної податкової інспекції та до органу державної статистики.

9. Отримання дозволів, необхідних для початку роботи. Ліцензування

діяльності підприємства - видача дозвільних документів є однією з найобтяжливіших процедур при започаткуванні підприємницької діяльності в Україні.

В залежності від виду діяльності підприємець не має права розпочати будівництво, виробництво чи торгівлю без одержання низки дозвільних документів від центральних та місцевих органів влади.

10. Обмеження діяльності підприємництва. Припинення діяльності. Слід зазначити, що процес формування сучасного підприємця проходить дві стадії:

1) комерційну - відбувається накопичування необхідного капіталу, тому підприємці головним чином працюють у торгово-посередницькій сфері.

2) прагнення реалізувати себе у промисловій, фінансовій, аграрній та інших сферах економіки в якості легального підприємця.

Учасниками відносин у сфері господарювання є суб'єкти господарювання, споживачі, органи державної влади та органи місцевого самоврядування, наділені господарською компетенцією, а також громадяни, громадські та інші організації, які виступають засновниками суб'єктів господарювання чи здійснюють щодо них організаційно-господарські повноваження на основі відносин власності.

Підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо).

Функції, права та обов'язки структурних підрозділів підприємства визначаються положеннями про них, які затверджуються в порядку, визначеному статутом підприємства або іншими установчими документами.

Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис.

Підприємство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи, погоджуючи питання про розміщення таких підрозділів підприємства з відповідними органами місцевого самоврядування в установленому законодавством порядку. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого підприємством.

Підприємства можуть відкривати рахунки в установах банків через свої відокремлені підрозділи відповідно до закону.

2. Організаційно-підготовчі заходи і реєстрація.

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця.

Порядок створення, державної реєстрації, діяльності, реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємництва окремих організаційних форм визначається Господарським Кодексом та іншими законами.

Суб'єкт господарювання - господарська організація, яка може бути утворена за рішенням власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законодавством, також за рішенням інших органів, організацій і фізичних осіб шляхом заснування нової господарської організації, злиття, приєднання, виділу, поділу, перетворення діючої (діючих)

господарської організації (господарських організацій) з додержанням вимог законодавства.

Суб'єкти господарювання можуть утворюватися шляхом примусового поділу (виділу) діючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно до антимонопольно-конкурентного законодавства України.

Створення суб'єктів господарювання здійснюється з додержанням вимог антимонопольно-конкурентного законодавства.

Основними документами, які підтверджують статус юридичної особи, є статут і засновницький договір; заснування підприємства без цих двох документів не можливе.

Для створення малих приватних підприємств, які використовують індивідуальну форму організації бізнесу (тобто індивідуальне підприємство, засноване на особистій власності фізичної особи та його власній праці, наприклад, праця у сфері мистецтва), необхідним є лише статут підприємства.

Для відкритого, командитного та розширеного командитного товариств необхідний лише засновницький договір. Для всіх інших видів підприємств, особливо якщо засновниками виступають державні, кооперативи, спільні підприємства, різні асоціації та союзи, необхідні обидва документи.

Розглянемо структуру та зміст кожного з них.

Статут підприємства

Статут суб'єкта господарювання повинен містити відомості про його найменування, мету і предмет діяльності, розмір і порядок утворення статутного капіталу та інших фондів, порядок розподілу прибутків і збитків, про органи управління і контролю, їх компетенцію, про умови реорганізації та ліквідації суб'єкта господарювання, а також інші відомості, пов'язані з особливостями організаційної форми суб'єкта господарювання, передбачені законодавством. Статут може містити й інші відомості, що не суперечать законодавству.

Положенням визначається господарська компетенція органів державної влади, органів місцевого самоврядування чи інших суб'єктів у випадках, визначених законом.

Статут (положення) затверджується власником майна (засновником) суб'єкта господарювання чи його представниками, органами або іншими суб'єктами відповідно до закону.

До особливостей діяльності підприємства (які теж можуть зазначатися в статуті) належать: положення про трудові відносини, які виникають на основі членства; повноваження, порядок створення ради підприємства; товарний знак та ін.

Основними структурними елементами статуту підприємства є такі розділи:

- 1) про загальні положення, предмет (вид), основні цілі та напрями діяльності;
- 2) жиро зовнішньоекономічну діяльність;
- 3) про права підприємства (фірми), його майно;
- 4) про виробничо-господарську діяльність, управління підприємство та його трудовим колективом;
- 5) про організацію та оплату праці;
- 6) про розподіл прибутків і компенсацію збитків;

- 7) про облік, звітність і контроль;
- 8) про припинення діяльності підприємства.

Засновницький договір

У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому засновників, порядок вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, які передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації відповідно до закону.

Основними структурними елементами засновницького договору є розділи:.

- 1) про предмет і мету діяльності підприємства;
- 2) про юридичний статус підприємства;
- 3) про статутний фонд і його частку в загальному обсязі витрат;
- 4) про вклади учасників у речовій та вартісній формах, а також в уставному фонді;
- 5) про умови і порядок кредитування;
- 6) про передбачувані обсяги виробництва, в тому числі для експорту;
- 7) про порядок нагромадження і розподіл прибутку, податків на прибуток;
- 8) про права та обов'язки засновників;
- 9) про структуру управління;
- 10) про порядок оплати праці працівників;
- 11) про систему постачання і збуту продукції;
- 12) про форми контролю за діяльністю підприємства та н кістю продукції;
- 13) про комерційну тайну;
- 14) про відповідальність за порушення договору;
- 15) про порядок ліквідації підприємства.

Оскільки засновницький договір є одним з найважливіших видів договору, тобто добровільного об'єднання двох або кількох осіб, їхнього майна, в якому кожен з учасників бере на себе певні зобов'язання щодо інших учасників з метою привласнення прибутку, то акцент у ньому роблять на загальних обсягах статутного фонду, частці кожного із засновників, її формі (натуральна або речова), а також на способах оплати за надані один одному товари, послуги або виконані роботи.

Важливу роль в установчому договорі відіграють також положення про форми відповідальності учасників за невиконання прийнятих зобов'язань, про порядок вирішення суперечок, умови розторгнення або продовження договору та ін.

Підписанню засновницького договору, як правило, передують ретельне комплексне техніко-економічне обґрунтування діяльності підприємства і передусім таких сторін документа, як розрахунок статутного фонду, очікуваних прибутків, балансу доходів і витрат на функціонування підприємства та ін.

При створенні акціонерного товариства у засновницьких документах повинні бути відображені дані про види акцій, які випускають, їх номінальну вартість та кількість і співвідношення акцій різних видів.

3. Державна реєстрація суб'єктів підприємництва

Суб'єкт господарювання підлягає державній реєстрації як юридична особа чи фізична особа-підприємець у порядку, визначеному законом.

Відкриття суб'єктом господарювання філій (відділень), представництв без створення юридичної особи не потребує їх державної реєстрації.

Відомості про відокремлені підрозділи суб'єктів господарювання залучаються до її реєстраційної справи та включаються до Єдиного державного реєстру в порядку, визначеному законом.

4. Післяреєстраційне оформлення суб'єкта підприємницької діяльності

У разі ліквідації суб'єкта господарювання до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців вноситься відповідний запис.

Припинення діяльності підприємства відбувається шляхом його ліквідації та реорганізації.

Реорганізація підприємства - процес перетворення, перебудови організаційної структури та управління підприємством за збереження його виробничого потенціалу, зокрема основних фондів.

Формами реорганізації є злиття, приєднання, поділ, виділення і перетворення підприємств.

Ліквідація підприємства може здійснюватися добровільно (ліквідаційною комісією, яка утворюється власником або уповноваженим ним органом, призначеним ліквідаційною організацією) і примусово (комісією, призначеною судом або відповідним державним органом). Ліквідація та реорганізація підприємства відбуваються за рішенням власника та за участю трудового колективу.

Основними причинами ліквідації підприємства є:

- 1) його банкрутство, тобто неспроможність платити за своїми зобов'язаннями, а також повернути наявні борги;
- 2) закінчення терміну, на який підприємство створювалось, або після досягнення мети, поставленої суб'єктами підприємницької діяльності при його організації;
- 3) прийняття рішення про заборону діяльності підприємства через невиконання умов, встановлених законодавством, якщо в передбачений рішенням термін не забезпечено додержання цих умов або не змінено вид діяльності;
- 4) визнання рішенням суду недійсними засновницькі документи та дозвіл на створення підприємства;
- 5) систематичне і грубе порушення чинного законодавства.

У разі певної реорганізації підприємства чинним законодавством передбачено такий розподіл діяльності:

- 1) при злитті кількох підприємств усі майнові права та обов'язки кожного з них переходять до новоствореного підприємства;
- 2) при приєднанні одного підприємства до іншого усі майнові права та обов'язки приєданого підприємства переходять до другого;
- 3) при поділі підприємства до новостворених підприємств переходять за розподільчим актом (балансом) у відповідних пропорціях майнові права і обов'язки;

4) при виділенні з підприємства одного або кількох нових підприємств до кожного з них переходять за розподільчим актом у відповідних пропорціях майнові права і обов'язки;

5) при перетворенні одного підприємства на інше до новоствореного підприємства переходять усі права та обов'язки.

Конкретний механізм ліквідації підприємства такий:

а) власник, суд або орган, уповноважений створювати підприємства, який прийняв рішення про ліквідацію певного підприємства, встановлює порядок і терміни проведення його ліквідації, а також терміни для висування претензій кредиторів. Цей термін не може бути меншим від двох місяців з моменту оголошення про ліквідацію;

б) ліквідаційна комісія або інший орган, який проводить ліквідацію підприємства, вміщує в офіційній пресі за місцезнаходженням підприємства повідомлення про його ліквідацію і порядок та термін висування кредиторами претензій;

в) у першочерговому порядку задовольняються борги перед бюджетами і компенсуються витрати на відновлення природного середовища, якому могло завдати шкоди ліквідоване підприємство;

г) ліквідаційна комісія проводить відповідну роботу із стягнення дебіторської заборгованості підприємству і виявлення претензій кредиторів з повідомленням їх про ліквідацію підприємства;

г) ліквідаційна комісія або орган, який проводить ліквідацію, оцінює наявне майно ліквідовуваного підприємства і розраховується з кредиторами, складає ліквідаційний баланс і подає його власнику або органу, який призначив цю комісію;

д) вклад кожного члена трудового колективу видають йому в грошовій формі або цінними паперами після задоволення претензій кредиторів.

Тема 8. Бізнес-планування

1. Загальні засади планування підприємницької діяльності.

2. Мета та основні складові бізнес-плану.

3. Фінансове планування і прогнозування.

4. Економічна інформація та ділове адміністрування.

1. Загальні засади планування підприємницької діяльності

Планування - це процес встановлення цілей підприємства та вибору найефективніших способів їх доставлення.

Мета планування - ліквідувати негативний вплив на підприємство мінливості середовища, в якому воно функціонує.

Процес планування передбачає отримання відповідей на такі запитання:

- Де ми перебуваємо в даний час?
- Куди ми хочемо рухатися?
- Які перешкоди можуть виникнути на шляху до заданого стану?

- Як ми збираємося це зробити?

У ринкових умовах підприємства самостійно здійснюють весь комплекс планової роботи, проте розроблені ними плани не є «жорсткими», директивними, а мають рекомендаційний характер і зорієнтовані на задоволення підприємствами потреб споживачів у певних видах продукції, на співвідношення попиту і пропозиції, на конкретні договори між ринковими суб'єктами на постачання продукції.

Методи планування - це конкретні способи, принципи, за допомогою яких розраховується числові значення планових показників і стратегічних програм.

Найбільш використовуваними методами планування є:

- ресурсний - використовується при монопольному становищі підприємства на ринку або слабкій конкуренції; планові показники встановлюються, виходячи із ресурсних можливостей підприємства;
- статистичний - показники встановлюються з використанням середніх статистичних величин за даними минулих періодів;
- факторний - величини планових показників визначаються на підставі впливу на них різних техніко-економічних чинників;
- балансовий - полягає у використанні у планових розрахунках системи таблиць - балансів, які відображають потреби у певних видах ресурсів та джерелах їх покриття;
- економіко-математичні - здійснюється оптимізація плану підприємства за допомогою математичних залежностей і прийнятого критерії оптимізації;
- графоаналітичний - передбачає використання графіків, діаграм при визначенні планових показників;
- нормативний - планові показники встановлюються на основі використання прогресивних норм витрат ресурсів з урахуванням зміни цих норм у плановому році.

Принципи планування:

- необхідність - обов'язкове використання планів при виконанні будь-якого виду трудової діяльності;
- єдність - передбачає спільність економічних цілей та взаємодію різних підрозділів підприємства на горизонтальному і вертикальному рівнях управління і планування;
- безперервність - на кожному підприємстві процеси планування, організації, управління є взаємопов'язаними між собою і повинні здійснюватись постійно і без перерв;
- оптимальність - багатоваріантність планів, яка передбачає розробку альтернативних варіантів досягнення поставленої мети та вибір оптимального з них;
- гнучкість - передбачає можливість коригування планових показників та координації планово-економічної діяльності підприємства;
- точність - врахування при складанні планів певної точності передбачень і розрахунків, яка залежить від рівня невизначеності зовнішніх умов господарювання;
- принцип участі - кожен працівник підприємства має бути учасником планової роботи незалежно від функції і посади; плани підприємства мають перетворюватись на особисті плани кожного працівника;

- ефективність - розробка такого варіанту виробництва, який при існуючих обмежених ресурсах забезпечує одержання найбільшого економічного ефекту.

Види планів підприємства:

1. Залежно від обов'язковості планових завдань:

- директивні;
- індикативні.

2. Залежно від тривалості періоду планування:

- перспективні;
- стратегічні;
- середньострокові;
- поточні (тактичні);
- оперативно-виробничі.

3. Залежно від змісту планування:

- виробничі;
- маркетингові;
- фінансові;
- інвестиційні;
- соціальні та інші.

2. Мета та основні складові бізнес-плану

Бізнес-план:

- це комплексний плановий документ підприємницької діяльності, в якому передбачені заходи, спрямовані на реалізацію підприємницької ідеї і одержання прибутку;

- типові (уніфіковані) проектні рішення на досить віддалену перспективу (5, 10 і більше років), у якому дається науково обґрунтована оцінка можливих на даному сегменті ринку кінцевих цільових економічних, фінансових та інших результатів діяльності підприємства, що базується на реальному виробничому, інвестиційному, матеріально-технічному, організаційному і логістичному забезпеченні;

- письмовий документ, в якому викладено сутність підприємницької ідеї, шляхи й засоби її реалізації, охарактеризовано ринкові, виробничі, організаційні та фінансові аспекти майбутнього бізнесу, а також особливості управління ним;

- обґрунтування програми проведення бізнес-операцій, угоди; система раціонально, планомірно організованих заходів, дій, розрахованих на одержання позитивного результату.

Бізнес-план (рис. 8.1) повинен бути детальним, Він не обмежується обсягами, хоча лаконічність його викладання необхідна.

Мета розробки бізнес-плану:

1. Бізнес-план - це інструмент залучення зовнішнього капіталу, необхідного для реалізації підприємницького проекту.

2. На початковій стадії підприємницького проекту бізнес-план є основним інструментом комунікації між підприємцем і майбутніми постачальниками, продавцями та робітниками.

3. Бізнес-план - це спосіб моделювання системи управління майбутнім бізнесом.
4. Бізнес-план - спосіб попереднього визначення перешкод та запобігання виникненню проблем на шляху до успіху.
5. Бізнес-лан - спосіб розвитку особистих управлінських якостей підприємця.
6. Бізнес-план дає змогу перевірити реалістичність підприємницької ідеї ще

до її практичної реалізації.

7. Приватизація підприємства.

8.



Рис. 8.1. Можливості бізнес-плану

Структура бізнес-плану може бути різною в залежності від мети його розробки.

Світова і вітчизняна практика не знає законодавчо визначеної структури бізнес-плану, тобто чіткого переліку його розділів.

Бізнес-план може мати таку структуру:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (характеристика підприємства).
5. Характеристика продукції (послуг).
6. Дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг).
7. Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги.
8. План і стратегія маркетингу.
9. План виробничої діяльності підприємства.
10. Організаційно-юридичний план.
11. План охорони навколишнього середовища.
12. фінансовий план та програма інвестицій.
13. Аналіз потенційних ризиків.
14. Оцінювання і страхування ризиків.
15. Бюджетна та економічна ефективність бізнес-плану.

16. Соціально-економічні наслідки реалізації бізнес-плану.
17. Додатки.

3. Фінансове планування і прогнозування

Фінансове планування - це безперервний процес, що передбачає формування та використання фінансових ресурсів.

Фінансовий план підприємства - це документ, що відображає обсяг надходження і витрат коштів на підприємство, баланс доходів і витрат підприємства.

Етапи впровадження фінансового планування:

1. Робота відірвана від мети.
2. Робота на основі планів.
3. Розроблення та виконання фінансового плану.

Фінансове планування. Цей розділ бізнес-плану має узагальнити матеріали попередніх розділів і представити їх у вартісному вираженні. До цього розділу мають бути підготовлені такі документи:

- прогноз обсягів продажу;
- баланс грошових надходжень і витрат;
- зведений баланс активів та пасивів;
- графік досягнення безбитковості;
- баланс прибутку і його розподіл.

Зміст розділу є визначальним у розкритті цілей бізнес-плану і повинен відповідати на наступні питання:

1. Який загальний обсяг інвестицій необхідний для реалізації проекту, у тому числі за структурою вкладень.
2. Обсяги інвестицій по джерелах фінансування й видам валют.
3. Очікувані прибутки від упровадження проекту.
4. Виробничі витрати.
5. Окупність проекту.
6. терміни й обсяги повернення позикових коштів і процентних ставок за ними.

Для одержання відповідей на кожне з поставлених питань розроблювачам бізнес-плану необхідно здійснити певну дослідницьку роботу і підготувати наступні узагальнюючі таблиці:

- прогноз обсягів реалізації продукції;
- розрахунок прибутків і витрат;
- баланс грошових витрат і надходжень.

Інформація для виконання перелічених вище таблиць береться за даними попередніх розділів бізнес-плану, а також з таблиць системи бухгалтерського обліку і статистичної звітності.

Ключовим моментом у фінансовому плануванні безумовно є розрахунок витрат, причому з обов'язковим виділенням постійної перемінної частини. При цьому останнє - найважливіша умова розрахунку критичного обсягу продажів.

Фінансовий план відображає механізм перетворення кредиту за рахунок надходження коштів від основної діяльності виробничого підприємства.

У цьому розділі бізнес-плану, як сказано вище, узагальнюють усі попередні матеріали розділів бізнес-плану і представляють їх у вартісному варіанті.

Фінансовий план не повинен розходитись із деталями, викладеними в інших розділах бізнес-плану.

У багатьох відношеннях фінансовий план - найменш гнучка за формою частина бізнес-плану. Кожний документ має бути стандартизованим.

Підготовлений необхідним чином фінансовий план може бути використаний для оцінювання результатів бізнесу фактичного початку справи. Іноді план може слугувати базою для розробки детального робочого бюджету фірми, і тоді він фактично стає документом, у якому детально розписано, як і коли використовуватиметься капітал, а також висвітлюється мета забезпечення успіху бізнесу.

Прогноз обсягів продажу повинен дати уявлення про частку ринку, яку передбачається завоювати під свою продукцію. Як правило такий прогноз складається на 3-5 років.

Для новоствореного підприємства прогнозний баланс може бути складений методом прямого рахунка з використанням методу «пробки» (для балансування сум по активу і пасиву балансу).

4. Економічна інформація та ділове адміністрування

Інформація - це сукупність відомостей про матеріальний і духовний світ, про закономірності й тенденції його розвитку, які можна відтворювати шляхом передачі усним, письмовим або електронним способом.

Інформація - унікальний ресурс, який використовується всіма галузями економіки та є сукупністю відомостей, фактів, знань про її компоненти, об'єкти, суб'єкти, що передаються прямо або опосередковано від джерела до споживача.

Економічна інформація - це сукупність відомостей, що характеризує виробничі відносини в суспільстві та соціально-економічні процеси, які слугують для управління цими процесами та керування колективами людей у виробничій і невиробничій сферах.

Інформаційні ресурси - це інформація, що має цінність і може бути використана людиною в економічній діяльності для досягнення певної мети.

Інформаційне забезпечення - це процес задоволення потреб конкретних користувачів в інформації, що ґрунтується на застосуванні спеціальних методів і засобів її отримання, обробки, накопичення і видачі в зручному для використання вигляді.

Для успішного ведення бізнесу підприємство має бути зацікавленим в отриманні достовірної інформації про своїх клієнтів, постачальників і дистриб'юторів. Нині необхідним засобом накопичення великих обсягів інформації є сховища даних і бази даних та засоби аналітичної обробки. Ці особливості розвитку бізнес-інформації сучасного підприємства можуть бути реалізовані у межах створення єдиного інформаційного простору підприємства.

Інформаційно-економічний простір - сукупність інформаційних ресурсів економічної системи і технологій їх обробки, зберігання та передачі,

інформаційних систем і телекомунікаційних мереж, які функціонують на основі єдиних принципів та загальних правил.

На підприємстві, як правило, функціонує система інформації, яка складається з чотирьох підсистем, які співпрацюють між собою: система внутрішньої звітності; система збору зовнішньої поточної інформації; система маркетингових досліджень; система аналізу інформації.

Ділове адміністрування, як складова частина науки управління, належить до категорії адміністративно-управлінської діяльності. Методологія бізнес адміністрування та застосування різноманітних моделей його організації на підприємстві дозволяє професійним керуючим приймати ефективні адміністративні рішення в рамках здійснення ними функцій управління. Питання ефективності діяльності керівника та проблематика раціонального ділового адміністрування мають високе значення в контексті специфіки їх методології. Необхідність створення ефективних моделей організації ділового адміністрування викликана розвитком змістовно-технологічного забезпечення підприємств в сфері професійного управління. Основною проблемою в цій галузі є той факт, що навіть досвідчені керівники, не завжди користуються знаннями і вміннями, адекватними тим завданням, з якими вони зустрічаються у своїй професійній діяльності. Особливо явно ця проблема проявляється при спробах вирішення нестандартних управлінських завдань. Це означає, що наявні у керівників знання формальні, вміння ефективно застосовувати їх в практичній діяльності не сформовано, а наявність трудового досвіду не визначає однозначно високого рівня управлінської компетентності.

Ділове адміністрування - це професійне здійснення управлінської діяльності через систему організаційних інструментів, компетенцій і підрозділів з використанням сукупності принципів, функцій і методів управління, при якому відповідальність за виконання управлінських рішень спускається зверху вниз. В даному випадку, комплексний підхід до визначення сутності адміністрування дозволяє характеризувати цю діяльність в якості системного явища, без якого не функціонує жодна організація. У той же час, з огляду на специфіку ділового адміністрування, як особливого виду професійної діяльності, слід врахувати, що воно являє собою діяльність менеджерів щодо здійснення та реалізації організаційної політики в рамках управління організацією з метою забезпечення максимальної ефективності використання наявних у неї ресурсів. Орієнтація на кінцеву результативність дозволяє припустити можливість використання будь-яких управлінських

інструментів для реалізації завдань, які стоять перед професійним керуючим в рамках здійснення ним ділового адміністрування.

Таким чином, ділове адміністрування є виконавчої функцією системи управління організацією в цілому, здійснюючи розподіл ресурсів, кадрів, інформаційних потоків, фінансових коштів і виконуючи функції контролю за виконанням обов'язків підлеглими.

Організація ділового адміністрування спрямована на забезпечення єдності поставлених перед підприємством цілей і завдань з діями керівництва і розпорядженнями, структурними підрозділами.

З огляду на можливості конфліктів, координація здійснюється за допомогою регламентування всіх рішень на основі певних показників. При цьому координатором виступає перший керівник, який дотримується принципів цільової орієнтації, посадовими обов'язками, використовуючи свої владні повноваження. Рішення управлінської проблеми в рамках ділового адміністрування полягає в знаходженні такого управлінського рішення, яке дозволить отримати необхідний результат в умовах, що змінилися. Саме проведення реінжинірингу бізнес-процесів, відносно нового напрямку у менеджменті для вітчизняних підприємств, дозволить отримати масу переваг перед конкурентами, зміцнити свої позиції на ринку, підвищити показники економічної ефективності.

Концепція вдосконалення бізнес-процесів (Business Process Improvement) ґрунтується на чотирьох підходах, спрямованих на підвищення продуктивності, ефективності та адаптованості бізнес-процесів: методика швидкого аналізу рішень (FAST-Fast Analysis Solution Technology); бенчмаркінг; перепроєктування (концентроване покращення); реінжиніринг бізнес-процесів (Business-process Reengineering).

Тема 9. Створення та розвиток стартапів

1. *Поняття та зміст стартапу.*
2. *Створення та супровід стартапів.*
3. *Бізнес-ангели та венчурний капітал.*
4. *Значення інноваційних підприємств.*
5. *Інноваційна політика.*
6. *Інфраструктура бізнесу.*

1. Поняття та зміст стартапу

Слово **«стартап»** походить від англійського поняття start up - «запускати» і означає щойно створену або що ще знаходиться в процесі створення компанію.

Мається на увазі, що у цієї компанії є якась бізнес-ідея, яка потребує розвитку та просування, але її творці поки зайняті дослідженнями ринку і 68

пошуком коштів для її реалізації.

Стартапом може вважатися будь-яка компанія, незалежно від її сфери діяльності. Втім, в деяких колах стартапами називають тільки починання у сфері високих технологій, Інтернет-бізнесі і «суміжних дисциплінах».

Поняття **«стартап»** виникло в 30-ті роки минулого століття в Америці.

Саме тоді два студенти - Хьюлетт і Паккард - заснували крихітне підприємство і назвали його «start up». Виявилося, що у компанії велике майбутнє - в наші дні вона відома під ім'ям Hewlett-Packard, або HP.

Найвиразніші приклади стартапів - це IT-корпорації «зі світовим ім'ям»: Microsoft, Apple, Google. Історія цих гігантів і справді починалася з малого - а саме, з невеликої групи однодумців, що горять бажанням втілити в життя свої ідеї.

Відмінні особливості стартапу

1. Курс на новий продукт.
2. В основі стартапу лежить цікава бізнес-ідея. Н
3. Творці стартапів молоді.
4. Стартапери ставлять на карту все.
5. Ініціативна група працює за ідею, а не заради прибутку.
6. Проблеми з фінансуванням. кошти в ці проекти. Не в останню чергу інвестора приваблює і прибуток.

Стартапи прийнято класифікувати за кількома ознаками - наприклад, за особливостями продукції і ринком збуту. Розрізняють такі **види стартапів**: • «Успішні копії». У цю групу входять численні вітчизняні проекти, які в деякій мірі є клонами зарубіжних. У першу чергу це соціальні мережі. Як виявилось, такі копії дуже перспективні.

- «Агресивні прибульці». Ця група об'єднує стартапи, орієнтовані на захоплення якогось сегмента ринку і вигнання з нього конкуруючих компаній. Впровадження продукту на ринок може бути реалізовано за рахунок його виняткової цінової переваги.

- «Темні конячки». Так можна назвати стартапи, перспективи яких не ясні зважаючи на їх новаторства. З одного боку, творці цих стартапів йдуть на великий ризик, роблячи спробу просувати їх, а з іншого боку - у разі успіху їм гарантований колосальний прибуток.

Етапи розвитку стартапу:

1. Посівний етап, або Pre-Seed stage. На даному етапі відбувається пошук ідеї і розробка технічних способів її реалізації.

2. Запуск, або Startup Stage. Отже, інвестор знайдений: продукт можна випускати на ринок. Опинившись в ринкових умовах, продукт повинен довести свою перевагу перед аналогами.

3. Зростання, або Growth Stage. Припустимо, проект вижив в конкурентній боротьбі. Продукт користується попитом і потихеньку захоплює ринкову нішу, на яку орієнтувалися його розробники. Настає час виходити на точку беззбитковості і приносити інвесторам деякий прибуток.

4. Розширення, або Expansion Stage. Цілі, відображені в бізнес-плані, нарешті досягнуті. Але компанія-розробник на цьому не зупиняється - вона продовжує просувати своє дітище на нових ринках. Її позиціям вже нічого не загрожує: вона пізнавана, її продукція користується стабільним попитом, доходи поступово зростають.

5. Вихід, або Exit Stage. Коли компанія досягає піку свого розвитку, інвестори, які здійснили фінансування проекту, відмовляються від своєї частки в цьому бізнесі і продають її великим гравцям. Цей крок приносить їм гарний прибуток.

Можна сказати, заради цього моменту вони і вкладають гроші в перспективну справу. Втім, окремі інвестори зберігають свою частку і використовують її в якості джерела постійного доходу.

Чим цікавий стартап для інвесторів і розробників

Інтерес розробника. Вкладаючи сили в стартап, розробник прагне втілити в життя свої ідеї, набути успіх і визнання, а також він просто займається улюбленою справою і сподівається, що його старання будуть винагороджені. У деяких випадках так і відбувається.

Інтерес інвестора. Інвестор, природно, сприймає стартап трохи інакше. Для нього головним є примноження капіталу. Перед ним два шляхи: вкласти кошти в бізнес, що розвивається, а потім продати свою частку, яка до цього моменту буде дорого коштувати, або залишити її собі і отримувати з неї пасивний дохід.

2. Створення та супровід стартапів

Навіщо стартапу патентування?

Отримання патентів на технологію або продукт є невід'ємною частиною комерціалізації стартапу. При цьому патенти виступають як гарантією збереження ваших прав, так і способом захисту від патентного троллінгу (патентний троль - фізична або юридична особа, що спеціалізується на пред'явленні патентних позовів), здатного погубити навіть зовні міцний і життєздатний стартап.

У разі, якщо ваш стартап фінансується не самостійно, а припускає пошук інвесторів, наявність патентів надасть ваги і серйозності вашому стартапу в очах інвестора і понизить ваші ризики та страхи відносно недоброчесних дій з боку інвестора.

Перерахуємо переваги патентування стартапів:

1. Захист вашої технології або продукту від копіювання та комерційного відтворення конкурентами.
2. Зниження ризику патентного троллінгу.
3. Можливість передачі прав третім особам (ліцензії, переуступка прав).
4. Полегшення пошуку інвесторів і регулювання взаємин з ними.

Що патентувати?

Патентування - процедура непроста і нешвидка, тому до вибору об'єктів патентування треба підходити з розумінням. Патентувати потрібно ключові технології, що визначають інноваційну та комерційну цінність стартапу і у яких

можуть досить швидко з'явитися конкуренти. Для цього розділимо стартап на складові і розглянемо патентоспроможність кожного з них.

- 1) Ідея
- 2) Технічна частина
- 3) Графічна частина
- 4) Текстова частина
- 5) Аудіовізуальна частина

Доцільно захищати те, що має найбільшу цінність і є ключовим елементом усього стартапу. По мінімуму, ви можете зареєструвати назву і/або доменне ім'я (у зоні .ua) стартапу як товарний знак; логотип - і як товарний знак, і як промисловий зразок. Якщо серцем стартапу є яка-небудь інноваційна технологія, продукт або процес, то спочатку рекомендується провести патентний пошук, і у разі унікальності ідеї зайнятися її патентуванням. По максимуму, ви можете розбити увесь проект на складові і підібрати охорону до кожного окремого об'єкту.

Як патентувати в Україні?

Процедури патентування, реєстрації торгових марок і захисту авторських прав в Україні, з точки зору їх застосовності до захисту вашого стартапу:

1. Реєстрація товарного знака для стартапу

2. Патентування винаходів, корисних моделей та промислових зразків в Україні

Починати формувати IP- стратегію стартапу потрібно на самому його початку: ще на стадії ідеї. Для цього проводиться самостійний патентний пошук по відкритих джерелах по базах даних Українського патентного відомства або замовляється патентний пошук у патентного повіреного. У процесі розробки прототипу стає зрозуміло, які саме рішення стартапу необхідно захистити, і підбирається відповідний спосіб охорони прав. Стратегія комерціалізації повинна враховувати тривалість патентних процедур і можливість відмови у видачі патенту.

Використання послуг патентних повірених і прискорення процедур, де це можливо, дасть стартапу додаткові переваги у конкурентній боротьбі, якщо обрана ніша перспективна і її насичення - питання часу.

Патентується не ідея, а продукт, процес або нове застосування відомого продукту чи процесу. Щоб прийняти рішення про необхідність патентування вашого стартапу, треба зважити все «за» і «проти», прорахувати витрати на патентний супровід упродовж усього терміну дії патенту і порівняти це з потенційним доходом від ліцензій і конкурентними загрозами.

3. Бізнес-ангели та венчурний капітал.

Бізнес ангел (від англ. Business angel) - це людина, яка інвестує гроші в проекти, що найчастіше існують ще тільки у вигляді ідеї.

Таким чином **бізнес-ангел** - це успішний підприємець, який зумів сколотити капітал і готовий вкладати його часом навіть в ризиковані підприємства, найчастіше технологічного спрямування. Це можуть бути програми, сервіси, мобільні додатки зі сфери онлайн освіти, здоров'я, електронної комерції, захисту даних, реклами.

Головне - ідеї повинні бути нестандартні, перспективні і вигідно виділятися на тлі інших собі подібних. Ангельські інвестиції можна отримати на стадії: Seed (посівна) - на цьому етапі навіть мови не йде про вихід на ринок готового продукту, в реальності існує тільки ідея. Start up - початкова стадія впровадження проекту в життя. Як свідчить статистика, більшість ідей так і залишаються ідеями, або розвалюються на ранніх стадіях розвитку. А тому свої інвестиції бізнес ангел найчастіше розподіляє в кілька, а часом і кілька десятків проектів. Хоч один з них все ж вистрілить і тоді вкладення з лихвою окупляться. Багато бізнес-ангелів діють поодиночці, вважаючи за краще самостійно знаходити проекти і вкладати в них частину свого капіталу. Деякі для подальшого інвестування об'єднують зусилля, створюючи синдикати, асоціації бізнес ангелів. Потрапити в них найчастіше можна за рекомендацією вже діючих членів. Інші створюють інвестиційні компанії і стають таким чином суперангелами. Це дозволяє значно збільшувати суми, які такі інвестори готові вкласти в той чи інший проект і фінансувати більш масштабні ідеї. У цьому випадку мова вже може йти про інвестиції в мільйон доларів.

4. Значення інноваційних підприємств.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність» - **інноваційне підприємство** (інноваційний центр, технопарк, технополіс, інноваційний бізнес-інкубатор тощо) - підприємство (об'єднання підприємств), що розробляє, виробляє і реалізує інноваційні продукти і (або) продукцію чи послуги, обсяг яких у грошовому вимірі перевищує 70 відсотків його загального обсягу продукції і (або) послуг.

Підприємство, що вступило на інноваційний шлях розвитку, повинне функціонувати у відповідності з наступними принципами:

- адаптивності - прагнення до підтримки певного балансу зовнішніх і внутрішніх можливостей розвитку (внутрішніх спонукальних мотивів діяльності господарюючого суб'єкта, і зовнішніх, що генеруються ринковим середовищем);

- динамічності - динамічне приведення у відповідність цілей і спонукальних мотивів (стимулів) діяльності підприємства (включаючи його власників, менеджерів, фахівців, працівників);

- самоорганізації - самостійне забезпечення підтримки умов функціонування, тобто самопідтримання обміну ресурсами (інформаційними, матеріальними, фінансовими) між елементами виробничо-збутової системи підприємства, а також між підприємством і зовнішнім середовищем;

- саморегуляції - коректування системи управління виробничо-збутовою діяльністю підприємства відповідно до змін умов функціонування;

- саморозвитку - самостійне забезпечення умов тривалого виживання і розвитку підприємства (відповідно до його місії і прийнятої мотивації діяльності).

Класифікація інноваційних підприємств залежно від виду інновацій:

1. Інноватори-лідери.
2. Підприємства, які орієнтуються на нові наукові відкриття.
3. Підприємства-інноватори, які створюють нові потреби.

4. Підприємства, що створюють базові інновації.
5. Підприємства, які здійснюють заміну раніше створених продуктів і технологій новими.
6. Підприємства, які створюють основні (продуктові та технологічні) інновації.
7. Підприємства, які реалізують інноваційні продукти.
8. Підприємства, які створюють інновації для нових видів ринку.

Необхідність формування інноваційного підприємництва обумовлена:

- посиленням інтенсивних факторів розвитку виробництва, які сприяють застосуванню науково-технічного прогресу у всіх сферах економічної діяльності;
- визначальною роллю науки в підвищенні ефективності розробки і впровадження нової техніки;
- необхідністю істотного скорочення термінів створення, освоєння нової техніки: підвищенням технічного рівня виробництва;
- необхідністю розвитку масової творчості винахідників і раціоналізаторів;
- специфікою процесу науково-технічного виробництва, що має місце невизначеність витрат і результатів, яскраво виражена багато варіантність досліджень, ризик і можливість негативних результатів;
- збільшенням витрат та погіршенням економічних показників підприємств при освоєнні нової продукції, швидким моральним старінням техніки і технології, об'єктивною необхідністю прискореного впровадження нової техніки і технології і т. д.

Під ***інноваційним підприємництвом*** розуміється процес створення та комерційного використання техніко-технологічних нововведень.

Інноваційне підприємництво - це особливий новаторський процес створення чогось нового, процес господарювання, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації. Воно пов'язане з готовністю підприємця брати на себе весь ризик по здійсненню нового проекту або поліпшення існуючого, а також виникаючі при цьому фінансову, моральну та соціальну відповідальність. У загальному плані інноваційне підприємництво можна визначити як суспільний технічний економічний процес, що приводить до створення кращих за своїми властивостями товарів (продукції, послуг) і технологій шляхом практичного використання нововведень.

В економічній літературі виділяються три основні види інноваційного підприємництва:

1. Інновація продукції - являє собою процес оновлення збутового потенціалу підприємства, що забезпечує стійкий розвиток фірми, збільшення обсягу одержуваного прибутку, розширення частки на ринку, збереження клієнтури, зміцнення незалежного положення, підвищення престижу, створення нових робочих місць і т. д.

2. Інновація технології - це процес оновлення виробничого потенціалу, спрямований на підвищення продуктивності праці та економії енергії, сировини та інших ресурсів, що в свою чергу дає можливість збільшити обсяг прибутку фірми, удосконалити техніку безпеки, провести заходи щодо захисту навколишнього середовища, ефективно використовувати внутрішньофірмові інформаційні системи.

3. Соціальні інновації - являє собою загальний процес планомірного поліпшення гуманітарної сфери підприємства. Застосування інновацій такого роду розширює можливості на ринку робочої сили, мобілізує персонал підприємства на досягнення поставлених цілей, зміцнює довіру до соціальних зобов'язаннях підприємства перед співробітниками і суспільством в цілому.

5. Інноваційна політика підприємства.

Інноваційна політика - форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення його конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого потенціалу.

Інноваційна політика є частиною загальної політики підприємства, яка регламентує взаємодію науково-технічної, маркетингової, виробничої та економічної діяльності в процесі реалізації нововведень. Управління цією взаємодією має здійснюватися на основі певних норм і правил, які охоплюють:

- організаційні, правові та інші процедури, що визначають порядок формування інноваційної політики;
- фактори, які слід враховувати у процесі її формування;
- розвиток функціональних напрямів діяльності підприємства;
- механізм реалізації програми інноваційної діяльності;
- методичні засади оцінювання ефективності інноваційної діяльності;
- механізм коригування напрямів інноваційної діяльності.

Стратегія - довгострокова модель розвитку організації, яка приймається для досягнення її стратегічних цілей і враховує обмеження внутрішнього та зовнішнього середовища.

Стратегію будь-якої організації можна охарактеризувати як стратегію наступу, стабільного розвитку, захисну.

Стратегія - це правила поведінки організації, що встановлюють взаємозв'язок між розвитком підприємства і напрямками його інноваційної діяльності.

Інноваційна політика має забезпечувати реалізацію стратегічних цілей підприємства з врахуванням його наявних і потенційних ресурсних можливостей та з огляду на ринкову ситуацію. При цьому інноваційна політика не повинна опиратися на метод екстраполяції — метод наукового пізнання, за якого відбувається поширення висновків, показників, тенденцій, одних явищ, процесів на інші очікувані явища і процеси.

Інноваційна політика має враховувати регулятивні механізми економічного середовища і вибудовуватись так, щоб забезпечити розроблення підприємницьких ідей для досягнення цілей фірми і створення механізмів їх реалізації. Щоб вирішити ці завдання вона повинна:

- носити стратегічний характер;
- бути нерозривно пов'язаною з ринковою ситуацією;
- враховувати ресурсні можливості підприємства;
- ґрунтуватись на системному і цілеспрямованому підході до її формування;

- забезпечувати неперервність і комплексність інноваційної діяльності підприємства, охоплення нею всіх внутрішніх елементів;
- забезпечувати нерозривність інноваційної політики і сучасних досягнень НТП.

Переважання стратегічної спрямованості. Інноваційна політика має формувати умови для створення і збереження тривалих конкурентних переваг підприємства. А це вимагає прогнозування розвитку ринкової ситуації у довгостроковому періоді.

6. Інфраструктура бізнесу

Інфраструктура являє собою сукупність організаційно-правових форм, які відзначають рух ділових відносин і погоджує ці відношення при всьому їхньому розмаїтті в одне ціле. Елемент інфраструктури - це спеціалізований вид діяльності, обслуговуючий або створює необхідні умови для роботи підприємства в якій-небудь сфері діяльності.

Так, при реалізації товарів можуть бути використані елементи:

- 1) кредитна система і комерційні банки;
- 2) організаційно оформлена діяльність посередника на товарних, сировинних, фондових і валютних біржах;
- 3) аукціони, ярмарки та інші форми організованого небіржового посередництва;
- 4) система страхування комерційного господарського ризику, а також страхові (державні і недержавні) компанії;
- 5) торгові палати, інші громадські і добровільні державно-громадські спільноти ділових кіл;
- 6) митна система;
- 7) комерційно-виставкові комплекси;
- 8) спеціальні зони вільного підприємництва та ін.

Іншими словами, сукупність елементів інфраструктури формує інфраструктуру бізнесу. Сучасна інфраструктура виконує такі функції, як:

- 1) організаційне оформлення ділових відносин (проектування, нотаріальне справа та ін.);
- 2) полегшення учасникам ділових відносин реалізації своїх інтересів, реклама та ін.;
- 3) підвищення оперативності та ефективності роботи підприємств в результаті орієнтації різних суб'єктів господарювання на виконанні певних функцій (ремонт, транспорту, зв'язку тощо);
- 4) спрощення форм юридичного та економічного забезпечення підприємництва (суд, адвокатура, податкова інспекція та ін.)

Процес формування інфраструктури для підприємницької діяльності безперервний, має спрямованість до спеціалізації послуг, розширенню їх номенклатури, підвищенню якості. Чим повніше інфраструктура, тим краще умови, в яких підприємництво розвивається найбільш оптимально.

Тема 10. Зовнішньоекономічна діяльність в бізнесі

1. Теоретичні засади підприємництва у зовнішньоекономічній сфері.
2. Залучення іноземного капіталу.
3. Державне регулювання ЗЕД.
4. Митна практика у ЗЕД.
5. Документообіг у ЗЕД.
6. Договори у ЗЕД.
7. Інкотермс.
8. Страхування бізнесу у ЗЕД.

1. Теоретичні засади підприємництва у зовнішньоекономічній діяльності

Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) - це один із найважливіших чинників розвитку національної економіки. Жодна країна в світі не в змозі самостійно розвивати власні виробничі процеси, забезпечити економічне зростання без ефективного використання переваг міжнародного поділу праці та сукупного міжнародного науково-технічного потенціалу.

Зовнішньоекономічна діяльність базується на можливості отримання економічних вигод виходячи з переваг міжнародного поділу праці, міжнародних ділових відносин. Це пов'язано з тим, що виробництво певного товару, його збут або надання певного виду послуг в іншій країні має більше переваг, ніж така діяльність всередині країни. Таким чином, ЗЕД здійснюється в тій країні і з тими партнерами, які є найвигоднішими.

Зовнішньоекономічна діяльність підприємства - це сфера господарської діяльності, пов'язана з міжнародною виробничою і науково-технічною кооперацією, експортом та імпортом продукції, виходом підприємства на зовнішній ринок. Відповідно до Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність» всі суб'єкти ЗЕД мають рівне право здійснювати будь-які її види, прямо не заборонені законами України, не залежно від форм власності та інших ознак. Підприємство, яке здійснює зовнішньоекономічну діяльність, може відкривати за межами України свої представництва, філії та виробничі підрозділи, утримання яких здійснюється за кошти підприємства.

Причини, що спонукають підприємства займатися ЗЕД:

- особливості розвитку внутрішнього ринку, за якого вигідніше вкладати капітал за кордоном (насиченість ринку товарами; посилення тиску конкурентів; зростання залежності від посередницької торгівлі; зростання податкових зборів; труднощі дотримання соціального законодавства тощо);
- нестабільність політичного та економічного становища в країні;
- недосконалість національної законодавчої бази, що регулює комерційну діяльність;
- нестабільність національної валюти, можливість отримання прибутку в твердій іноземній валюті і компенсація коливань валютного курсу шляхом організації часткового виробництва і збуту у відповідних країнах;

- конкуренція зі сторони іноземних компаній, що діють на внутрішньому ринку;
- можливість зниження ризику втрати доходу за рахунок зменшення залежності від внутрішнього ринку і «розсіювання» його шляхом завоювання іноземних ринків, в тому числі розв'язання проблеми залежності фірми від сезонних коливань попиту на внутрішньому ринку;
- пошук унікальних ресурсів, яких немає у власній країні;
- вигідне географічне положення;
- можливість отримання більшого прибутку від кращого використання виробничих потужностей;
- отримання доступу до новітніх технологій, завдяки діяльності з іноземними партнерами;
- зростаючий попит потенційних зарубіжних клієнтів;
- можливість придбання на зарубіжних ринках більш дешевих ресурсів, диверсифікація джерел постачання, зниження загального ризику шляхом їх віднесення на більший обсяг продукції, частина яких виготовляється на власних зарубіжних фірмах.

2. Залучення іноземного капіталу

Порядок використання коштів підприємства в іноземній валюті визначається Господарським Кодексом та іншими законами.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності можуть одержувати в іноземних фінансових установах валютні кредити на договірній основі. При цьому умови кредитного договору не можуть суперечити законодавству України.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, у статутному капіталі яких є частка державного майна, можуть укладати кредитні договори з іноземними фінансовими установами лише за згодою Фонду державного майна України.

Види майна, що не може бути предметом застави у разі одержання валютного кредиту в іноземній фінансовій установі, визначаються законом.

3. Державне регулювання ЗЕД

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності спрямовується на захист економічних інтересів України, прав і законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, створення рівних умов для розвитку усіх видів підприємництва у сфері зовнішньоекономічних відносин та використання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності доходів та інвестицій, заохочення конкуренції і обмеження монополізму суб'єктів господарювання у сфері зовнішньоекономічної діяльності.

Державне регулювання зовнішньої торгівлі може бути одностороннім та багатостороннім. Одностороннє полягає в застосуванні певних методів регулювання міжнародної торговельної діяльності з боку однієї країни без погодження з іншими торговельними партнерами. Важливим напрямом багатостороннього регулювання зовнішньоекономічних відносин є діяльність міжнародних об'єднань і організацій, які ставлять за мету уніфікацію та

стандартизацію системи регулювання зовнішньоекономічних операцій. Багатостороннє регулювання передбачає попереднє узгодження регулюючих механізмів між державами, що мають торговельні угоди

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності України здійснюється: державою в особі її органів у межах їх компетенцій; недержавними органами управління економікою (товарними, фондовими, валютними біржами, торговельними палатами, асоціаціями, спілками та іншими організаціями координаційного типу), що діють на підставі їх статутних документів; самими суб'єктами ЗЕД.

До державних органів управління ЗЕД відносяться державні органи як законодавчої, так і виконавчої влади, а також місцеві органи влади. Слід зазначити, що кожний із органів державного регулювання ЗЕД виконує тільки йому делеговані функції.

Регулювання ЗЕД в Україні здійснюється за допомогою: законів України; передбачених в законах України актів тарифного і нетарифного регулювання, які видаються державними органами України в межах їх компетенції; економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного та іншого) в межах законів України; рішень недержавних органів управління економікою, які приймаються за їх статутними документами в межах законів України; угод, що укладаються між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності і які не суперечать законам України.

Система правового регулювання митно-тарифних відносин створює правове поле, що дозволяє або, навпаки, перешкоджає реалізації економічних інтересів суб'єктів господарювання у сфері міжнародних економічних відносин.

Виділяють такі методи регулювання ЗЕД:

- адміністративні - система державних правил, нормативів, заборон, за допомогою яких країна здійснює безпосередній вплив на суб'єктів ЗЕД, регламентує їхню діяльність в інтересах суспільства;
- економічні - базуються на використанні економічного інструментарію митної політики: митний тариф, податки, митні збори та інші види платежів.

4. Митна практика у ЗЕД

У практиці ЗЕД країн світу існує два рівні митного регулювання:

1. Міжнародний - передбачає здійснення такого регулювання через прийняття та виконання рішень спеціалізованих міжнародних організацій, таких як Світова організація торгівлі (СОТ), Міжнародний валютний фонд, Світовий банк реконструкції та розвитку та інші, які митне регулювання здійснюють шляхом встановлення основних принципів міжнародного митного регулювання.

2. Національний - опирається на відповідні закони та інші законодавчі акти свого національного законодавства.

До законодавчих актів України, що визначають її митну політику відносять:

- Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність»;
- Митний кодекс України;
- Закон України «Про митний тариф України».

Митно-тарифне регулювання - це:

- відносини, що виникають між державою та суб'єктами ЗЕД з приводу умов перетинання національного кордону товарами, капіталами, послугами, робочою силою;
- погодження умов регулювання питань, пов'язаних із встановленням митних податків, митних зборів, а також процедурами митного контролю, організацією діяльності органів митного контролю.

Митна справа в Україні представляє собою політику держави, яка направлена на встановлення порядку та умов переміщення через митний кордон України товарів і предметів, стягування митних платежів.

Регулювання митною справою України здійснює ***Верховна рада України та Кабінет Міністрів України.***

Безпосереднє здійснення державної митної справи покладається на ***митну службу України***, призначенням якої є створення сприятливих умов для розвитку ЗЕД, забезпечення безпеки суспільства, захист митних інтересів України.

Основними завданнями та напрямками організації митного контролю є:

- підготовка проєктів законодавчо-нормативних актів з питань організації та розвитку митної інфраструктури;
- аналіз діючих та впровадження передових форм і методів митного контролю та заходів підвищення їх ефективності;
- запровадження технології митного контролю та митного оформлення;
- організація взаємодії митних органів (підрозділів) зі службами прикордонного, санітарного, фітосанітарного, радіологічного, ветеринарного, екологічного контролю, іншими контрольними службами та правоохоронними органами при здійсненні митного контролю;
- розробка і запровадження нових систем захисту результатів митного оформлення;
- удосконалення видів особистих митних забезпечень, форм їх застосування.

5. Документообіг у ЗЕД

Переміщення через митний кордон України товарів та інших предметів підлягає митному оформленню.

До ***митних документів*** відносяться:

- документи, що опосередковують відношення між суб'єктом ЗЕД та митним органом: вантажні митні декларації; декларація-зобов'язання; облікова картка суб'єкта ЗЕД; лист-узгодження; договір про декларування на договірній основі; свідоцтво на право здійснення декларування на договірній основі; свідоцтво на право здійснення декларування на договірній основі; кваліфікаційне свідоцтво особи, уповноваженої на декларування; сертифікат походження товару; документи контролю за доставкою вантажу; довідка-розрахунок митної вартості;
- документи, необхідні для переміщення товару через кордон - дозволи органів державного регулювання ЗЕД: ветеринарний сертифікат; дозвіл на право ввезення відходів; ліцензія на імпорт; висновок гомологічного центру; ліцензія на ввезення (вивезення) валюти; фітосанітарний сертифікат; сертифікат якості; ліцензія на право

реалізації спеціальних технічних засобів негласного контролю тощо.

6. Договори у ЗЕД

Зовнішньоекономічний договір (контракт) - матеріально оформлена угода двох або більше суб'єктів ЗЕД та їх іноземних контрагентів, спрямована на встановлення, зміну або припинення їх взаємних прав та обов'язків у ЗЕД.

Зовнішньоекономічний договір укладається в простій письмовій формі. Повноваження представника на укладення договору випливає з доручення, статутних документів. Дії, які здійснюються від імені іноземного суб'єкта ЗЕД уповноваженим суб'єктом ЗЕД України, вважаються діями цього іноземного суб'єкта.

Згідно Положення про форму зовнішньоекономічних договорів (контрактів), до умов, які повинні бути передбачені в договорі (контракті) відносяться:

1. Назва, номер договору (контракту), дата та місце його укладення.
2. Преамбула.
3. предмет договору (контракту).
4. Кількість та якість товару.
5. Базисні умови поставки товарів (приймання-здавання виконаних робіт або послуг).
6. Ціна та загальна вартість договору (контракту).
7. Умови платежів.
8. Умови приймання-здавання товару (робіт, послуг).
9. Упаковка та маркування.
10. Форс-мажорні обставини.
11. Санкції та рекламції.
12. Урегулювання спорів у судовому порядку.
13. Місцезнаходження (місцепроживання), поштові та платіжні реквізити сторін.

Типовий контракт - це приблизний договір або ряд уніфікованих правил, викладених в письмовій формі, сформульованих раніше з врахуванням торгової практики і звичаїв та прийняті сторонами, що домовляються, після узгодження відповідно до вимог конкретної угоди.

7. Інкотермс

Інкотермс - міжнародні правила по тлумаченню найбільш широко використовуваних торговельних термінів в області зовнішньої торгівлі. **Міжнародні торгові терміни** - це стандартні умови договору міжнародної купівлі-продажу.

Інкотермс регулюють ряд найбільш важливих, принципових, базових питань, пов'язаних з організацією доставки товару до місця призначення, любий базис поставки, регулює три ключових «транспортних» питання, без яких доставка товару до місця призначення не може бути здійснена. Це:

1. Розподіл між продавцем і продавцем транспортних витрат з доставки товару.

2. Момент переходу з продавця на покупця ризиків пошкодження, втрати або випадкової загибелі вантажу.

3. Дату поставки товару - визначення моменту фактичної передачі продавцем товару в розпорядження покупця або його представника.

Використання правил Інкотермс має низку таких особливостей:

4. Інкотермс не регулює наслідки, які може мати контракт щодо права власності на товар, і не містить засобів правового захисту у разі порушення контракту однією із сторін;

5. тільки пряме посилання на застосування умов Інкотермс у тексті контракту є підставою для тлумачення цього контракту відповідно Інкотермс;

6. при наявності у контракті посилання на умови Інкотермс і водночас статей, які суперечать їм або обмежують їх, такі статті є переважними.

8. Страхування бізнесу у ЗЕД

Страхування зовнішньоекономічних ризиків - це комплекс видів страхування, що забезпечують захист інтересів вітчизняних і закордонних учасників тих або інших форм міжнародного співробітництва.

Суть поняття **страхування ЗЕД** полягає у взаємовідносинах суб'єктів міжнародної економіки щодо створення ними відповідних фондів грошового або валютного характеру. Ці фонди призначені для покриття збитків, що виникають в процесі здійснення ЗЕД. Основою здійснення страхових операцій є страховий фонд, або іншими словами - валютний чи грошовий. Однією із характерних рис страхового фонду слід відзначити рису забезпечення безперервності здійснення ЗЕД суб'єктами світового господарства.

У галузі страхування ЗЕД суб'єктами виступають:

- страхувальники. Ними можуть бути як юридичні, так і фізичні особи, які в своїй діяльності використовують послуги, надані їм страховиками;
- страховики. До них відносять юридичних та фізичних осіб, що пропонують страхові послуги.

Розрізняють такі основні види страхування ЗЕД:

- 1) страхування різного роду зовнішньоекономічних операцій та контрактів;
- 2) страхування «карго», тобто страхування вантажів;
- 3) страхування «каска», тобто страхування транспортних засобів.

Страхування у сфері ЗЕД виконує такі функції:

- створення спеціалізованого страхового фонду грошових коштів. Цей фонд створюється з метою компенсації за виникнення ризиків, відповідальність за які несе страхова компанія;
- відшкодування збитку та особисте матеріальне забезпечення учасників страхування;
- попередження настання страхового випадку та мінімізація збитків в ситуації, коли він вже настав. Ця функція вимагає формування повного комплексу заходів, дії яких призвели б до ненастання страхового випадку або до мінімізації наслідків негативного характеру його настання.

В процесі страхування ЗЕД часто використовують таке поняття, як франшиза.

Під франшизою слід розуміти певну частину збитків, яка передбачена умовами договору страхування і, згідно з якою, страховик цю частину не відшкодовує страхувальнику. Тобто, страхувальник власними силами покриває частину збитку.

Страхування ЗЕД, крім вищенаведеної класифікації, поділяється на особисте, майнове та страхування відповідальності.

З допомогою застосування на підприємстві відповідної системи страхування, воно, будучи учасником ЗЕД, зможе в повному обсязі захистити свою відповідальність, залишити результати своєї діяльності недоторканими з позицій ризиків, а в гіршому випадку - зменшити негативні наслідки.

Тема 11. Економічна безпека та управління ризиками в бізнесі

1. Консалтинг у підприємницькій діяльності.
2. Оцінка ризиків підприємницької діяльності.
3. Страхування від втрат у бізнесі.
4. Страхування комерційних ризиків.
5. Підприємницька діяльність в умовах кризи.
6. Забезпечення безпеки підприємництва.

1. Консалтинг у підприємницькій діяльності

Консалтинг - це комплекс знань, пов'язаних з науковим пошуком, проведенням досліджень, постановкою експериментів з метою розширення наявних й одержання нових знань, перевірки наукових гіпотез, установлення закономірностей, наукових узагальнень, наукового обґрунтування проектів для успішного розвитку організації.

Консалтингові послуги є специфічними продуктами діяльності. Вони є невідчутними, непомітними, і як правило не мають матеріальної форми, а тому, запропоновані рішення можуть бути однаковими, проте можуть відрізнятися за формою, за розробкою та змістом. Результат наданої послуги клієнт може побачити лише в кінці процесу, а може бачити і поступово, у процесі впровадження. Ринок консалтингових послуг хаотичний, тому досить важко провести чіткий перелік всіх видів послуг, що надаються компаніями.

Найчастіше в економічній літературі види консалтингових послуг наводять укрупнено та поділяють на стратегічний консалтинг, фінансовий консалтинг, операційний консалтинг, ІТ-консалтинг та управління персоналом.

Класифікація консалтингових послуг в Україні:

- 1) управлінський консалтинг;
- 2) інвестиційний консалтинг;
- 3) аудитінг;
- 4) фондовий консалтинг;
- 5) управління якістю;
- 6) інжиніринг;
- 7) інформаційно-технологічний консалтинг;
- 8) маркетинговий консалтинг;
- 9) реклама та стосунки з громадою;
- 10) кадровий консалтинг;

- 11) навчання;
- 12) безпека організації; 1
- 3) юридичний консалтинг.

Консалтинг послуг є одним з засобів підвищення ефективності діяльності вітчизняних підприємств. Не виключенням є економічна безпека, забезпечення якої можливе за допомогою використання різних способів реалізації управління.

Отже, не зважаючи на існуючі проблеми та недовіру до консалтингу, досвід його застосування свідчить про значну кількість позитивних результатів. Так, за результатами співпраці з консультантами керівники підприємств відзначають збільшення фінансових потоків та продаж на 50,0 %, покращення кваліфікації персоналу на 14,3 %, підвищення рівня обізнаності про ринок і конкурентів - 14,3 %, покращення структури управління - 7,1 %, появу нових партнерів - 7,1 %, підвищення ефективності розподілу грошових потоків - 7,1%, інші переваги - 14,3 %, і лише 14,3 % стверджують що не відбулося ніяких змін. Результати опитування свідчать про доцільність та перспективність застосування консалтингових послуг з метою покращення загальної системи управління підприємством, що також позитивно впливає на систему його економічної безпеки. Однак вибір найбільш ефективних інструментів і засобів досягнення достатнього рівня економічної безпеки завжди залишається за керівництвом компанії.

2. Оцінка ризиків підприємницької діяльності

Підприємницький ризик - це ризик, що пов'язаний, насамперед, із вибором та ухваленням управлінського рішення на різних рівнях структури управління. Він також включає ризик повної чи часткової втрати майна чи грошового внеску, у тому числі ризик банкрутства, характерний для ринкових відносин.

Загальні принципи класифікації дають змогу виділити:

- ризики пов'язані з господарською діяльністю;
- ризики пов'язані з особистими якостями підприємця;
- ризики пов'язані з браком інформації про стан зовнішнього середовища.

В залежності від видів підприємницької діяльності ризики поділяють на:

- фінансові;
- юридичні;
- виробничі;
- комерційні;
- інвестиційні;
- страхові;
- інноваційні;
- аудиторські;
- промислові;
- технічні;
- екологічні.

Вважається, що для виникнення економічного ризику повинні мати місце такі умови:

- наявність невизначеності й випадковості, тобто відсутність вичерпної

інформації про умови прийняття рішень;

- зрілість економіки: за низького рівня виробництва на душу населення розвиток економіки практично детермінується стратегією виживання, суворою необхідністю забезпечення мінімальних потреб населення;

- активне керівництво і регулювання економікою;

- існування матеріальної зацікавленості в кінцевому результаті прийнятих рішень, наявність стимулів;

- ризик може створюватися штучно.

Розрізняють зовнішні і внутрішні фактори, що впливають на рівень ризику (рис. 11.1.).



Рис. 11.1. Фактори, що впливають на рівень ризику

Фактори прямого впливу:

- зміна законодавства, що регулює економічні відносини партнерів;
- непередбачувані дії органів державного управління і самоврядування;
- рекламції і штрафи за браковану продукцію;
- витік конфіденційної інформації;
- необґрунтовані чутки;
- порушення зобов'язань за угодами;
- інфляція;
- зміна податкової політики;
- зміна цін;
- конкуренція;
- корупція і рекет;
- форс-мажорні обставини.

Фактори непрямого впливу:

- політична ситуація;
- міжнародна обстановка;
- економічна нестійкість країни діяльності;
- інфляційні процеси країн діяльності;
- стихійні лиха;
- науково-технічний прогрес.

До основних методів одержання вихідної інформації про виробничі об'єкти і

ризиками, що супроводжують діяльність аналізованих об'єктів, варто віднести:

- стандартизований опитувальний лист;
- розгляд і аналіз первинних документів управлінської і фіксованої звітності;
- аналіз даних щоквартальних і річних фінансових звітів;

- складання й аналіз діаграми організаційної структури підприємства;
- складання й аналіз карт технологічних потоків виробничих процесів;
- інспекційні відвідування виробничих підрозділів;
- консультації фахівців у даній технічній частині;
- експертизу документації спеціалізованими консалтинговими фірмами.

Процес аналізу ризику включає наступні етапи:

1. *Якісний аналіз* - виявлення, опис, класифікація ризиків, аналіз вихідних припущень.

2. *Кількісний аналіз* - формалізація, моделювання, розрахунок та оцінювання можливих ризиків.

3. *Вибір методів впливу* на ризики (зниження, збереження чи передача) із альтернативних варіантів.

4. *Прийняття рішення* щодо захисту від наслідків РИЗИКОВИХ подій.

5. *Контроль результатів*, переоцінка і корегування РИЗИКІВ, прийняття оперативних управлінських рішень щодо їх вирішення.

Найбільш розповсюдженими методами кількісного аналізу ризику є статистичний, аналіз доцільності витрат, метод експертних оцінок та використання аналогів.

Статистичний метод ґрунтується на вивченні статистичних даних про події, що мали місце на даному чи аналогічному підприємстві у минулому, з метою визначення імовірності окремої несприятливої події у майбутньому. Під час аналізу розраховують показники варіації (дисперсію, середньоквадратичне відхилення, коефіцієнт варіації, семіваріацію, семіквадратичне відхилення) та відносні показники (ймовірність, коефіцієнт ризику тощо).

Метод аналізу доцільності витрат спрямований на мінімізацію розміру капіталу, що піддається ризику. Для оцінки ступеня ризику використання фінансових ресурсів підприємства використовують показники фінансової стійкості.

Методи експертних оцінок передбачають опитування компетентних осіб, висококваліфікованих спеціалістів з досліджуваної проблеми, які мають глибокі знання про об'єкт дослідження. Експерти оцінюють ризик за допомогою логічних і статистичних методів з використанням інтуїції, знань та професійного досвіду опитуваних.

Сутність методу аналогій полягає в аналізі усіх наявних даних про об'єкти, що мають високий ступінь подібності з оцінюваним. Метод використовує базу даних аналогічних об'єктів для виявлення загальних залежностей і перенесення їх на досліджуваний об'єкт з метою розрахунку ймовірностей виникнення втрат.

У процесі ведення підприємницької діяльності уникнути ризику неможливо, проте можна мінімізувати негативні наслідки. Саме тому, необхідно ретельно підходити до питання вибору методів їх оцінки. Вчені пропонують використовувати метод експертних оцінок (бальна оцінка); середньоквадратичне відхилення (показник ступеня ризику реалізації); коефіцієнта варіації (стабільність ситуації або ступінь ризику); статистичний метод (кількісна інформація); аналітичний метод (експертний відбір).

Перевагами усіх є об'єднання факторного аналізу параметрів, які впливають на ризик і виявлення можливих способів зниження його ступеня.

Основною метою управління ризиками є їх мінімізація з метою або часткового зменшення можливих втрат від їх дії, покриття або ж перерозподілу ризиків підприємницької діяльності у просторі та часі.

Мінімізувати ризики можливо за допомогою делегування (перерозподілу інвестованих коштів); лімітування (встановлення граничних сум витрат); спеціальних застережень (відшкодування збитків); самострахування (створення натуральних і грошових страхових фондів); страхування; хеджування (укладення угод); формування центрів відповідальності в управлінні.

Серед методів оцінки імовірності настання несприятливих подій найбільш відомими є:

- метод побудови дерев подій - це графічний спосіб простеження послідовності окремих можливих інцидентів, наприклад відмова або несправність яких-небудь елементів технологічного процесу чи системи, з оцінкою імовірності кожної з проміжних подій і обчислення сумарної імовірності кінцевої події, яка призводить до збитків;

- метод «Події - наслідки» (СП- метод; в англomовній літературі має назву HAZOR - Hazard and Operability Research) - це той же метод дерев подій, але без використання графічного зображення ланцюжків подій і оцінки імовірності кожної події;

- метод дерев відмов - це графічне представлення всього ланцюжка подій, наслідки яких можуть призвести до деякої головної події. Визначаються шляхи, по яких окремі індивідуальні події можуть у результаті їхнього комбінованого впливу призвести до потенційно небезпечних ситуацій;

- методи індексів безпеки - придатні при оцінці потенційної безпеки, що існує на промисловому підприємстві, якщо потрібно оцінити ризик інтегрально, не вдаючись у деталі виробничих процесів.

3. Страхування від втрат у бізнесі

Страхування від збитку, викликаного зупинкою виробництва внаслідок різних причин, практикують у багатьох закордонних країнах. Застосовані при цьому правила виявляють як риси подібності, так і відмінності. Аналіз закордонного досвіду з врахування потреб вітчизняних виробників у страховому захисті дозволяє виробити ряд рекомендацій.

Страхування від перерв у виробництві за своєю сутністю доповнює страхування основних і обігових фондів, оскільки перерва у виробництві частіше за все буває викликана загибеллю або ушкодженням цих фондів.

Тому правомірно припустити, що склад і перелік страхових подій, на випадок яких проводиться страхування, і в тому, і в іншому випадку може бути прийнятний. Це не означає, однак, що страхування основних і обігових фондів неможливо без страхування від перерв у виробництві. Страхувальникам повинно 87

бути надано право укладати будь-який з договорів або обидва разом. Одночасний висновок договорів страхування майна й страхування від простою відповідає економічним інтересам підприємства, а страхувальникам воно дозволяє більш обґрунтовано з меншими витратами визначати збиток при стихійних лихах або виникненні інших несприятливих подій.

Істотною особливістю страхування від простою є те, що розмір збитку тут багато в чому залежить від терміну перерви у виробництві. Зважаючи на сказане, важливо визначити тривалість відповідальності страхувальника, тобто період, протягом якого він зобов'язаний відшкодувати збитки від простою. Термін такої відповідальності, що часто зустрічається у світовій практиці, - до одного року. Його й пропонуємо встановити в якості максимального, надавши одночасне право страхувальникам зменшувати цей термін і одночасно скорочувати терміни платежів.

Підлягають страхуванню збитки від припинення виробництва, котрі складаються із трьох складових частин:

- 1) витрат, отриманих під час зупинки виробництва;
- 2) недержаного прибутку;
- 3) додаткових витрат, понесених з метою скорочення збитку.

Оскільки другий елемент є основним, нерідко говорять про страхування упущеного прибутку (вигоди). До витрат, спричинених під час зупинки виробництва, відносять ті поточні витрати страхувальника, які він змушений здійснювати незалежно від того, триває виробництво чи припинене.

Упущений прибуток розраховують шляхом множення обсягу продукції, не зробленої за час простою, на норму прибутку на одиницю продукції. При цьому розмір незробленої продукції слід обчислювати як різницю між обсягом продукції, який міг би бути випущений за період зупинки, виходячи з виробничої програми, і обсягом продукції, випущеним у результаті налагодження виробництва на інших об'єктах.

Поряд із загальними обмеженнями відповідальності страховика (намір страхувальника, воєнні дії і т.д.) при страхуванні від простою з відшкодування виключають додатковий збиток, викликаний зупинкою виробництва в результаті:

- зміни первісного проекту відновлення, реконструкції пошкодженого об'єкта;
- планового ремонту;
- заборони владою проведення відновлюваних робіт;
- нестачі в страхувальника матеріальних, трудових і фінансових ресурсів для усунення причин простою.

Ставки страхових внесків встановлюють у відсотках до вартості продукції, що випускається (при відсутності страхового випадку) на річний період. При встановленні періоду відповідальності за перерву у виробництві протягом шести або трьох місяців ставки платежів скорочують відповідно більш ніж у два або й чотири рази.

Страхування ризиків, пов'язаних із впровадженням нових технологій і нової техніки, можна розділити на два види:

- 1) страхування самої техніки, устаткування, технологічних ліній і т.п. на

випадок їх виведення з ладу, порушення роботи, загибелі (захист від прямих збитків);

2) страхування від непередбачених несприятливих наслідків, викликаних впровадженням технічних і технологічних новинок, або їх руйнування, зупинок і т.п. (захист від непрямих збитків у вигляді додаткових витрат і недержаного прибутку).

Об'єктом страхування виступають машини, технічне й технологічне устаткування, які після закінчення випробувань і пробного пуску визнані придатними до роботи. Оскільки підлягають страхуванню, як правило, коштовні об'єкти, треба скласти їхній повний список із вказівкою технічних характеристик. У тому випадку, коли страхують машину, у кожній з них показують окрему страхову суму. Нову техніку й технологію страхують від ризиків, пов'язаних з їх користуванням. До цих ризиків відносять:

- помилки в конструкції машин, у підборі матеріалів або у їх виготовленні;
- приховані дефекти, які не могли бути виявлені при випробуваннях;
- відмова вимірювальних приладів;
- підвищений тиск або напруга, коротке замикання;
- помилки при обслуговуванні техніки й технологічної лінії;
- недбалість, злий намір окремих осіб;
- інші причини, що ведуть до руйнування машин і зупинки виробництва.

Особливість даного страхування полягає в тому, що відшкодовують втрати, що виникли з вини окремих осіб.

Збитки підлягають відшкодуванню, якщо вони виникли в результаті випадкової помилки або ненавмисних дій осіб, які мали необхідну професійну підготовку для роботи з новою технікою або технологією. Якщо ж до керування сучасним технологічним устаткуванням були допущені невідповідно підготовлені працівники, то виникнення збитків не можна вважати непередбаченими обставинами.

Страхування технічних і технологічних ризиків не передбачає покриття збитків від пожеж, вибухів, стихійних лих, оскільки вони включені у відповідальність щодо страхування основних і обігових фондів підприємств (страхування від вогню). При страхуванні технологічних і технічних установок розрізняють часткові збитки й повну загибель. Частковим вважають такий збиток, при якому застраховані об'єкти ушкоджені й вартість відновлення не перевищує первісної вартості їхнього придбання й монтаж. У цьому випадку відшкодовують витрати, необхідні для того, щоб привести в робочий стан машини й устаткування.

Якщо вартість відновлення вище первісної (включаючи монтаж), то вважають, що відбулася повна загибель об'єкта. У цьому випадку відшкодовують його первісну вартість, а не витрати з відновлення. Страхування нових машин та інших технічних засобів, як правило, пов'язане з

високооцінними об'єктами. Тому його слід проводити з певними мінімальними франшизами, надавши право власникові збільшити розмір франшизи при відповідному зниженні ставок платежів.

Розмір ставок страхових платежів доцільно встановлювати за видами технічного і технологічного устаткування. Для цього припустимо використання статистичних даних, але їх коректують із урахуванням загальних тенденцій зміни ризику при впровадженні нової техніки й технології, а також експертної прогностичної оцінки ризику за кожним об'єктом. При страхуванні непрямих втрат, викликаних руйнуванням технічного або технологічного устаткування, правомірне використання основних принципів страхування від збитків внаслідок перерв у виробництві, викладених вище.

Страхування біржових і валютних ризиків може виступати як форма захисту інтересів і клієнтів самої біржі. Ці види страхування поки ще мало розвинені в нашій країні. Є лише окремі приклади висновку договорів страхування, пов'язаних з ризиком біржової діяльності. Разом з тим і закордонний досвід важко застосувати до нашого повною мірою, тому що наші біржі далекі від тих бірж, що існують у країнах з розвинутою ринковою економікою.

Оцінюючи можливість включення в систему біржових відносин, страховик повинен виходити з характеру контрактів, які переважають на біржах України. У цей час на них домінують наявні контракти, тобто здійснення угод купівлі-продажу з негайною оплатою й поставкою товару.

Тим часом підстави для страхування виникають, переважно, при укладанні ф'ючерсних угод, що не виключають ймовірність форсу-мажору.

Страхування валютних ризиків до певної міри має ті ж передумови, що й страхування біржових ризиків, але в більшій мірі обумовлене специфічними умовами зовнішньоекономічних зв'язків. Воно необхідне, насамперед, для відшкодування наступних можливих витрат:

- 1) витрат, пов'язаних з виробництвом експортної продукції, при відмові від неї закордонного імпортера за певними причинами;
- 2) збитків від платежу за поставлені товари й зроблені послуги у випадку погіршення фінансового становища, банкрутства іноземного партнера або внаслідок політичних подій у будь-якій з країн;
- 3) збитків від зміни курсу валюти платежу за період від укладення контракту до його виконання.

Слід зазначити, що в перших двох випадках мова йде про втрати для вітчизняного експортера, а в останньому випадку збитки можуть нести як експортери, так й імпортери. Експортер зазнає збитків при зниженні курсу валют, а імпортер - при підвищенні курсу.

Важливе значення має страхування інтересів інвесторів від ризиків, пов'язаних із заборону вивозу валютного прибутку від інвестицій та інших порушень прав закордонного інвестора через дію державних органів або політичних подій, таке страхування в сучасних умовах особливо актуально для залучення в нашу країну іноземних інвестицій, але його не можуть ігнорувати й 90

вітчизняні бізнесмени, що вкладають гроші в закордонні об'єкти.

Названі види страхування можна розглядати як страхування експортних кредитів, хоча кожен з них має певні особливості.

Страхування експортних кредитів за кордоном здійснюється в основному державними організаціями: Департаментом гарантії експортних кредитів — у Великобританії, Компанією страхування вищої торгівлі - у Франції, підрозділом з страхування експортних кредитів, Державного страхового інституту - в Італії, що діють від імені держави, приватною компанією «ГермесГермес» - у Німеччині, Експорт- імпортним банком у США. Необхідна така спеціалізація й в Україні.

У захисті від валютних ризиків за кордоном велика роль банків, що здійснюють, так зване, хеджування. Хеджування, як форму страхового захисту застосовують при біржових ф'ючерсних угодах з різним товаром.

У широкому значенні захист від валютних ризиків включає використання й інших методів (уведення в контракт захисних застережень, прогнозування курсу різних валют і т.д.).

4) Страхування комерційних ризиків

Об'єктом страхування комерційних ризиків виступає комерційна діяльність страхувальника, що передбачає інвестування грошових та інших ресурсів у який-небудь вид виробництва робіт або послуг і одержання від цих вкладень через певний термін доходу.

Значення даного виду страхування дуже велике: природне прагнення підприємців заручитися захистом на випадок можливих втрат у своїй діяльності, що починається. Разом з тим це один із найскладніших видів страхування - як на стадії укладання договору, так і протягом усього періоду його дії.

Відповідальність страхової організації з страхування комерційних ризиків полягає у відшкодуванні страхувальникові втрат, що виникли внаслідок несприятливої непередбаченої зміни кон'юнктури ринку й погіршення інших умов здійснення комерційної діяльності. Страхову суму як межу відповідальності визначають за заявою страхувальника, але, звичайно, за згодою страхової організації. Можливі два варіанти встановлення страхової суми:

- 1) у межах капітальних вкладень страхувальника в застраховану операцію;
- 2) в обсязі капітальних витрат і певного (нормативного) прибутку, який повинен понести ці витрати.

Призначення страхування комерційних ризиків полягає в тому, щоб відшкодувати страхувальникові можливі втрати, якщо через певний період застраховані операції не дадуть передбаченої окупності. Страхове відшкодування визначають як різницю між страховою сумою й фактичними фінансовими результатами від застрахованої комерційної діяльності. Залежно від підходу до встановлення страхової суми змінюється зміст страхування: якщо відшкодовують витрати страхувальника, має місце страхування інвестицій; при відшкодуванні витрат страхувальника й нормативному прибутку в наявності страхування доходу (прибутку). Оскільки метою страхування є захист від можливих втрат

інвестиційних вкладень, термін дії договору страхування обумовлений терміном окупності капітальних витрат. Загальні нормативні терміни окупності суттєво відрізняюся відповідно до діяльності, розміру підприємства (а, отже, і терміну його створення), організації його діяльності, місця розташування та інших факторів. Тому терміни договорів, очевидно, неминуче мають бути індивідуальними, хоча доцільна деяка їхня стандартизація. Слід підкреслити, що при визначенні терміну дії договору інтереси страховика й страхувальника тут проявляються інакше, ніж в інших видах майнового страхування.

Страхувальник, прагнучи до найшвидшої окупності своєї діяльності, об'єктивно зацікавлений у скороченні терміну страхування. Для страхової організації короткий термін дії договору підвищує ризик невинуватої виплати відшкодування, збільшення ж терміну робить окупність більш реальною, а отже, знижує ймовірність виникнення підлягаючих відшкодуванню збитків, хоча можуть діяти й інші фактори.

Особливість розглянутого страхування полягає й у тому, що виплата суми страхування проводиться в основному із закінченням терміну страхування, коли виявляються остаточні результати застрахованих комерційних операцій. В інших же видах страхування необхідність компенсації втрат може виникнути в будь-який момент дії договору страхування. Тому при узгодженні терміну дії договору страхування слід виходити з науково обґрунтованих рекомендацій, аналізу вітчизняної й закордонної практики окупності інвестицій у різних сферах виробничої й невиробничої діяльності.

У принципі страхове відшкодування може виплачуватися й до закінчення договору страхування, коли в результаті яких-небудь подій глобального масштабу стає очевидною неможливість повернути вкладені кошти, а тим більше отримати прибуток. Про всі такі події необхідно негайно повідомляти, страхову організацію. Однак вплив більшості подій, пов'язаних з кон'юктурою ринку, піддається певному коректуванню, - несприятливі зміни можуть бути тимчасовими. Тому тільки при закінченні терміну страхування можна визначити результати комерційної діяльності й розміри відшкодувань, що підлягають виплаті.

Характер страхування комерційних ризиків обумовлює ряд неодмінних вимог до страхувальника. Він повинен мати дозволи, ліцензії або патенти, інші необхідні папери. У своїй письмовій заяві про страхування страхувальник зобов'язаний надати вичерпну інформацію про майбутню комерційну діяльність, очікувані від неї доходи і пов'язані з нею витрати, про укладені контракти, про всі обставини, що дозволяють оцінити рівень ризику.

При укладанні договору страхування необхідно передбачити обов'язок страхувальника повідомляти про всі відомі йому зміни у системі страхового ризику й не допускати дій, що збільшують цей ризик.

Як і в інших видах страхування, необхідно ввести деякі обмеження при

прийомі на страхування й у визначенні страхової відповідальності.

Так, доцільно виключити із сфери страхування посередницьку діяльність, вкладення в азартні ігри, тоталізатори й т.п. Як правило, виключають зі страхової відповідальності збитки, обумовлені війною й військовими діями, рішеннями державних органів, політичними переворотами, зміною курсу валют, відмовою банку в кредитуванні підприємства та ін.

Не відшкодовують втрати, які виникли внаслідок навмисних дій страхувальника, його партнерів спрямованих на зрив застрахованої діяльності, порушення законодавства, зміну профілю комерційного підприємства, а також у результаті некваліфікованого керування ним. Втім, кожна страхова організація має право обмежувати або розширювати прийняті на свою відповідальність ризики. Страхування слід проводити із установленням певної франшизи (наприклад, 5%) і з наданням права страхувальникові збільшити її розмір. Доцільне обмеження й мінімальної суми відшкодування (наприклад до 80% збитку). Ставки внесків (тарифи) з страхування комерційних ризиків залежать від багатьох факторів: виду діяльності, терміну страхування, ступеня стабільності ринкових відносин і т.д. Для кожного підприємства ризик індивідуальний, отже, треба залежно від можливості індивідуалізувати й терміни платежів. Тарифи даного страхування корелюють значною мірою зі ставками страхування кредитів, оскільки в обох випадках вони є під впливом ринкового механізму.

Поняття фінансового ризику тотожно поняттю комерційного ризику і являє собою ймовірність неотримання або втрати будь-якої грошової суми (фонду), у тому числі втрати прибутку й неплатежу (неповернення кредитів).

Прихильники іншої точки зору розглядають комерційні ризики як дуже широке поняття, включаючи в них ймовірність випадкових збитків при будь-якій комерційній (господарській) діяльності. У цьому випадку до страхування комерційних ризиків відносять ризикові види страхування, пов'язані з комерційною (господарською) діяльністю, і виключають із нього накопичувальні види страхування, страхування відповідальності (крім відповідальності товаровиробника) і страхування майна фізичних осіб.

Таким чином, можна виділити наступні види страхування, які покривають комерційні (господарські, підприємницькі) ризики:

- 1) усілякі види страхування майна юридичних осіб;
- 2) страхування від втрати прибутку (доходу) внаслідок зупинки виробництва (комерційної діяльності), тобто страхування непрямих збитків;
- 3) страхування відповідальності товаровиробників;
- 4) страхування недопоставки й не до продажу продукції;
- 5) страхування кредитів (ризикую неповернення й відповідальності позичальника);
- 6) страхування від невиконання фінансових зобов'язань (фінансових гарантій);
- 7) страхування технічних ризиків (страхування будівельно-монтажних, 93

експлуатаційних ризиків та ін.);

8) страхування працівників підприємств від розкрадання й витрат (гарантійне страхування).

Як слідує, страхування комерційних ризиків - це ті види страхування, про які повинен знати й пам'ятати кожен підприємець. Фінансові ризики є складовою частиною комерційних і пов'язані з ймовірністю втрат яких-небудь грошових сум (грошових фондів) або їх недоодержанням.

Фінансовий ризик - це ймовірність настання збитку в результаті проведення яких-небудь операцій у фінансово-кредитній і біржовій сферах, здійснення операцій з фондовими цінностями, тобто, що впливає із природи цих операцій.

До фінансових ризиків можна віднести ризик настання непрямого (побічного) фінансового збитку (неотримання або недоодержання прибутку) у результаті настання страхової події - зупинки виробництва (торгівлі) через втрату, ушкодження застрахованого майна. Цей ризик загрожує, насамперед, виробничим підприємствам.

Фінансові ризики побічно пов'язані з майновим страхуванням і поширюються в основному на фінансово-кредитну й біржову сфери. При цьому є одне виключення: до фінансових ризиків можна віднести ризик неплатежу за споживчий кредит, де одним із суб'єктів страхування може бути фізична, а не юридична особа.

Існує багато пов'язаних з фінансово-кредитною сферою ризиків, котрі не можна повністю віднести до фінансових ризиків. Такі, наприклад, ризики збитків, викликані:

- шахрайством банківських службовців;
- прикриттям банком фальшивих грошових знаків;
- підробкою або втратою різних цінних паперів;
- підробкою чеків, векселів, касових ордерів;
- крадіжкою, знищенням або ушкодженням грошових знаків, що перебувають у приміщенні банку, дорогоцінних каменів, металів, цінних паперів, страхових полісів, бухгалтерських книг і т.д.

Названі ризики хоча й пов'язані з фінансово-кредитною сферою, відносяться швидше не до фінансових, а до майнових, але їх страхування має

велике значення для комерційних банків і повинне одержати широке поширення.

Можна запропонувати наступну класифікацію фінансових ризиків:

1) страхування кредитів, у тому числі страхування:

- ризику неповернення кредиту (страхувальник - банк);
- відповідальності позичальника за неповернення (непогашення) кредиту (страхувальник - позичальник);
- несвоечасної сплати відсотків за кредит позичальникам;
- споживчого кредиту (страхувальник - фізична особа);
- комерційного кредиту (страхування векселів);
- страхування депозитів (страхувальник - банк або вкладник);

2) страхування непрямих ризиків, у тому числі:

- на випадок втрати прибутку (доходу);
 - додаткових витрат (як окремий вид страхування);
 - тимчасового прибутку, орендної плати й т.п.
- 3) страхування біржових ризиків, у тому числі:
- ризиків неплатежу у комерційних справах;
 - комісійної винагороди брокерської фірми;
 - операцій із цінними паперами.

5. Підприємницька діяльність в умовах кризи

Криза є об'єктивною передумовою розвитку будь-якої макро- та мікроекономічної системи.

Термін «криза підприємства» охоплює в сучасній економічній літературі різноманітні феномени в життєвому циклі підприємства - від звичайних перешкод у функціонуванні підприємства через конфлікти й до ліквідації підприємства.

Криза підприємства - це крайнє загострення протиріч на підприємстві як соціально-економічній системі, що представляє собою переломний момент у послідовності процесів, подій і дій, викликаних іманентною природою економічної системи.

Кризу підприємства часто розуміють, як незапланований і небажаний, обмежений у часі процес, який істотно перешкоджає або навіть робить неможливим функціонування підприємства.

Загальна криза підприємства - це сукупність проявів (ситуацій) або стан у певний момент часу, що виникає за порушення нормального функціонування суб'єкта підприємництва у середовищі його господарювання.

Розрізняють такі різновиди кризи на підприємстві:

- **системна криза** - погіршення фінансового, технологічного, виробничого, організаційного, соціального стану фірми, коли виникає загроза подальшому його існуванню в умовах обмеження власних потенційних можливостей;

- **стратегічна криза** - незапланований процес погіршення стану фірми в умовах обмеження можливостей впливу з наслідками, які призводять до вичерпування стратегічного потенціалу та втрати доцільності подальшого існування суб'єкта господарювання з незмінною місією, цілями, напрямками діяльності та підприємницьким потенціалом;

- **тактична криза** - скорочення масштабів діяльності; зниження частки ринку; скорочення прибутків; зниження чисельності персоналу тощо.

Кризоутворюючі фактори - це унікальна комбінація факторів, які постійно змінюються і поділяються на зовнішні й внутрішні по відношенню до підприємства.

До зовнішніх (екзогенних) факторів відносять:

1. Загальноекономічні фактори: спад обсягів національного доходу; ріст інфляції і безробіття; нестабільність податкової системи; нестабільність законодавства; зниження рівня реальних доходів населення.

2. Ринкові фактори: посилення монополізму на ринку; істотне зниження попиту; ріст пропозиції товарів-субститутів.

3. Інші фактори: політична нестабільність; негативні демографічні тенденції;

стихийні лиха; погіршення кримінальної ситуації.

До внутрішніх факторів відносять:

1. Операційні фактори: неефективний маркетинг; неефективна структура поточних витрат (висока частка постійних витрат); низький рівень використання основних засобів; недостатньо диференційований асортимент продукції.

2. Інвестиційні фактори: велика тривалість будівельно-монтажних робіт; істотні перевитрати інвестиційних ресурсів; недосягнення запланованих обсягів прибутку за реалізованими реальними проектами.

3. Фінансові фактори: неефективна фінансова стратегія; неефективна структура активів (низька ліквідність); ріст дебіторської заборгованості.

Зазначені внутрішні фактори призводять до таких наслідків:

1) невідповідності між характеристиками продукції і характеристиками ринкового попиту;

2) невідповідності між можливою і необхідною виробничою потужністю підприємства;

3) невідповідності між необхідними обсягами ресурсів, які споживає підприємство, і можливістю їх залучення;

4) невідповідності між ринковою вартістю продукції і обсягами витрат, які виникають у процесі виробництва та мають бути компенсовані за рахунок отриманого доходу.

Існують певні ознаки, які властиві процесу розгортання кризи на підприємстві:

1) існує кілька ланцюгів (шляхів), по яких відбувається поширення кризових явищ;

2) ланцюги (шляхи) розгортання кризи не ізольовані один від одного, між ними існують зв'язки, через які імпульси розповсюджуються й взаємопідсилюються;

3) поглиблення кризи відбувається кумулятивно, тобто швидкість наростання прояву кризи підсилюється в часі;

4) у ході кризи можуть бути виділені окремі фази (стадії), які відрізняються зовнішніми сигналами (індикаторами кризового стану);

5) поява перших ознак і тривалість кризи обумовлюється не тільки впливом зовнішніх факторів, але й внутрішніми властивостями господарської системи.

Глибина кризового стану підприємства та його тривалість залежить від:

- кількості і сили дії кризоутворюючих факторів;
- внутрішнього механізму саморегуляції підприємства як системи;
- інтенсивності процесу виникнення проміжних економічних явищ;
- рівня значущості окремого кризоутворюючого фактора в межах даного підприємства.

В умовах кризи, на підприємстві слід здійснювати антикризове управління підприємством.

Антикризове управління - постійно діючий процес виявлення ознак кризових явищ шляхом комплексної чи часткової діагностики стану інноваційного підприємства з метою розробки заходів щодо максимального використання отриманих в результаті діагностування його сильних сторін і можливостей для підвищення конкурентоспроможності, забезпечення подальшого функціонування і

розвитку.

У широкому розумінні під антикризовим управлінням підприємством розуміється управлінська діяльність, спрямована на подолання стану, який загрожує існуванню підприємства, як самостійної структури, коли основним питанням є виживання.

У вузькому розумінні, під антикризовим управлінням підприємством розуміється управлінська діяльність, яка спрямована на забезпечення стабільного фінансово-економічного стану підприємства на всіх етапах його життєвого функціонування, у тому числі при оздоровленні або ліквідації.

Об'єкт антикризового управління підприємством - загострення на підприємстві протиріч, які можуть викликати небажані тенденції, що призводять до кризових явищ.

Суб'єкти антикризового управління підприємством - коло осіб, які реалізують завдання антикризового управління: власник, фінансовий директор, антикризовий менеджер, представник кредиторів та інші.

Головною метою антикризового управління є забезпечення стійкого й міцного положення на ринку й стабільно стійких фінансів підприємства в будь-яких економічних, політичних і соціальних метаморфозах у державі.

Головне в антикризовому управлінні - прискорена й діюча реакція на важливі зміни у зовнішньому середовищі на основі заздалегідь розроблених альтернативних варіантів, які мають передбачати різні трансформації в цій сфері залежно від ситуації.

В основу антикризового управління покладено процес постійних і послідовних інновацій у всіх ланках і сферах дій підприємства.

Антикризове управління націлене на те, щоб навіть на межі банкрутства було можливо ввести в дію такі управлінські механізми, які дозволили б вийти із труднощів з найменшими для підприємства втратами.

Очікуване зростання безробіття та інфляційні процеси є серйозним викликом для національної безпеки держави. В результаті скорочення штатів підприємств значна частина працездатного населення вже стикнулася з проблемою пошуку роботи і зміни професії.

Всі вони є потенційними кандидатами на зайняття підприємницькою діяльністю. Ситуація ускладнюється тим, що з кожним днем кількість безробітних зростає і в ряді регіонів проблеми працевлаштування вже перевищують можливості регіональних центрів зайнятості.

Саме тому основна увага державної політики має зосереджуватись на

створенні умов для самостійної підприємницької діяльності вільної робочої сили. А успішне вирішення проблем підприємництва в умовах кризи матиме подвійний ефект.

Загальнови́знано, що основними економічними засобами держави в умовах економічної кризи є лібералізація процедур ведення господарської діяльності - зниження податкового навантаження, спрощення дозвільних процедур, правил ліцензування, сертифікації, інших норм технічного регулювання, а також зменшення кількості перевірок.

Серед антикризових заходів слід зосередити увагу на прискоренні прийняття Верховною Радою України Закону України «Про внесення змін до деяких законів України» (щодо принципів державної політики у сфері ліцензування), який дозволить забезпечити:

- скорочення деяких видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню;

- неможливість необґрунтованого запровадження нових ліцензувань;
- зменшення надмірного адміністративного контролю у сфері ліцензування.

Під час економічної кризи особливо загострилась проблема, пов'язана з недостатністю фінансових ресурсів, необхідних для сталого виробничого процесу. Конкретним економічним інструментом державної підтримки та розвитку внутрішнього ринку в цій ситуації є здійснення оподаткування за зниженою ставкою (15%) прибутку, який спрямовується на реінвестування у виробництво, оновлення або модернізацію основних фондів.

Зазначений захід дозволить збільшити оборотні кошти підприємств, акумулювати та спрямувати ресурси на оновлення їх матеріально-технічної бази, що підвищить рівень їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і зовнішньому ринках.

Слід зазначити, що світова практика щодо подолання кризових ситуацій в економіках різних країн встановлює доцільність утримання від дій з підвищення регульованих цін і тарифів під час кризи.

У зв'язку з цим необхідно внести зміни до Закону України «Про ціни і ціноутворення» щодо заборони підвищення державних фіксованих та регульованих цін і тарифів під час здійснення заходів, спрямованих на подолання кризового стану в економіці та здійснення дій по стабілізації фінансово-економічної ситуації в державі.

На сьогодні збільшення тарифів та регульованих цін під час кризової ситуації на внутрішніх та зовнішніх ринках країни, може мати місце лише, як виключні заходи, які неможливо перенести на інший період.

Таке збільшення повинно бути економічно обґрунтоване, прозоре, з урахуванням необхідності попереднього інформування основних операторів цього сегменту ринку. Крім того, введення в дію таких змін необхідно проводити з моменту початку нового фінансового періоду з попереднім інформуванням.

Саме тепер, коли скорочуються робочі місця, різко зростає рівень безробіття, погіршується матеріальне становище населення, малий бізнес потребує 98 гарантованої опіки з боку держави.

Пропонується скасувати низку місцевих податків та зборів, оскільки витрати на

їх адміністрування перевищують доходи від їх стягнення, а умови є обтяжливими для суб'єктів господарювання та потребують додаткових витрат на складання та подання численних та трудомістких форм звітності.

Потребує врегулювання питання сплати підприємцями страхових внесків, фінансових санкцій та пені. З метою запровадження механізму стимулювання й прискорення погашення боргів суб'єктів господарювання до Пенсійного фонду необхідно надати можливість страхувальникам за бажанням розстрочувати суми простроченої заборгованості.

У багатьох регіонах досі не впорядковано земельні відносини організації роботи ринків (відсутні підстави користування землею), відсутня система укладання договорів між підприємцями та адміністрацією ринків про надання торгового місця, а у разі їх наявності вони не відповідають чинному законодавству.

У зв'язку з цим, необхідно у невідкладному порядку вирішити організаційно-правові питання забезпечення здійснення підприємницької діяльності на ринках суб'єктами господарювання, а також організації та оформлення взаємовідносин між підприємцями, адміністраціями ринків та органами місцевого самоврядування.

Для врегулювання проблем орендарів слід запровадити у дію типовий договір оренди торгового місця, рекомендований для оформлення взаємовідносин між адміністрацією ринку та продавцем.

Обтяжливі для суб'єктів підприємницької діяльності розміри земельного податку та орендної плати створюють перешкоди на шляху розвитку підприємництва. В умовах фінансової кризи це призводить до підвищення цін на продовольчі товари та зниження купівельної спроможності громадян.

Питання щодо передачі в оренду державного та комунального майна виключно на конкурсних засадах викликало негативне відношення суб'єктів господарювання та на сьогоднішній день залишається одним із резонансних.

В умовах зниження платоспроможності суб'єктів господарювання та обмеження їх фінансових ресурсів встановлення високих орендних ставок та постійний їх перегляд може призвести до того, що орендарі не зможуть платити високі орендні ставки, що, в свою чергу, призведе до дострокового розірвання договорів оренди, закриття та банкрутства значної кількості підприємств.

Важливим напрямком пом'якшення наслідків фінансової кризи є забезпечення доступу суб'єктів малого підприємництва до фінансовокредитних ресурсів. З цією метою є нагальна потреба в реалізації на центральному і місцевому рівнях низки заходів, зокрема:

- забезпечення здешевлення кредитування проектів малого та середнього бізнесу, зокрема таких, що впливають на підвищення рівня зайнятості населення;
- залучення більш широкого кола представників малого бізнесу до участі в програмі часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитами 99

суб'єктів малого та середнього бізнесу на реалізацію інвестиційних проєктів;

- створення фондів кредитних порук для суб'єктів малого та середнього бізнесу;
- розроблення та впровадження механізмів компенсації: лізингових платежів, витрат, пов'язаних з участю у виставково-ярмаркових заходах для суб'єктів малого та середнього бізнесу.

Основними інструментами реалізації системи заходів з оздоровлення і формування сприятливого підприємницького середовища в Україні є програми підтримки малого підприємництва на центральному і місцевому рівнях.

Новими мають бути державні підходи до створення інституціональних та інфраструктурних установ для забезпечення реалізації заходів щодо створення технополісів, науково-технічних центрів, регіональних техніко-технологічних кластерів.

Забезпечення повноцінного фінансування програм науково-технічного розвитку та програм підтримки малого підприємництва на центральному і місцевому рівнях сприятиме успішній реалізації комплексу антикризових заходів. Із впровадженням принципів Європейської Хартії малі підприємства стануть однією з основних рушійних сил розвитку інноваційної економіки, забезпечення зайнятості населення, соціально-політичної та соціально-економічної інтеграції України до Європейського Союзу.

Реалізація усього комплексу антикризових заходів, удосконалення правових засад державного регулювання господарської діяльності, встановлення ефективних, справедливих, прозорих і передбачуваних «правил гри», усунення необґрунтованих регуляторних, бюрократичних та ресурсних бар'єрів на шляху прояву й реалізації підприємницьких ініціатив, а також **заохочення конкуренції** - це алгоритм пом'якшення негативних наслідків світової економічної кризи і створення умов для максимального використання потенціалу вітчизняного підприємництва та забезпечення сталого розвитку економіки країни.

Антикризовий розвиток - це керований процес запобігання чи подолання кризи, який відповідає цілям організації та тенденціям її розвитку.

6. Забезпечення безпеки підприємництва

Економічна безпека підприємства - це його спроможність забезпечити свій незалежний розвиток і утримати стабільність, а також достатній конкурентоспроможний потенціал за всіляких несприятливих умов і варіантів розвитку подій, у тому числі впливу кризових явищ.

Економічна безпека підприємства характеризує його захищеність від негативного впливу зовнішнього середовища та здатність швидко усунути можливі загрози або пристосуватися до наявних умов діяльності.

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тім, щоб гарантувати його стабільне і ефективне функціонування тепер і високий потенціал розвитку в майбутньому.

Джерелами негативного впливу на економічну безпеку є такі чинники:

- об'єктивні - виникають незалежно від конкретного підприємства або його

окремих працівників (зміна кон'юнктури ринку, на якому функціонує підприємство, нові технологічні «прориви» і відкриття, форс-мажорні обставини тощо);

- суб'єктивні - мають місце через неефективну роботу підприємства в цілому або його окремих працівників, свідомі або несвідомі дії окремих посадових осіб, підприємств-конкурентів, органів державної влади, міжнародних інституцій та ін.

Економічна безпека охоплює широкий спектр проблем відповідно до яких розрізняють такі її види: технологічна, ресурсна, фінансова, соціальна, екологічна.

Будь-яке ігнорування законів ринкової економіки і потреб економічної безпеки дуже часто призводить до того, що упускаються корисні угоди, укладаються контракти з недобросовісними партнерами, приймаються на роботу особи з низькими моральними якостями або такими, що є «підставою» недобросовісних конкурентів чи навіть організованої злочинності.

Легше, дешевше і корисніше зберігати необхідний рівень економічної безпеки, ніж вести довгі, дорогі і не завжди перспективні судові процеси, намагаючись захистити свої права.

Головна мета управління економічною безпекою - забезпечення найефективнішого функціонування, найпродуктивнішої роботи операційної системи та економічного використання ресурсів, забезпечення певного рівня трудового життя персоналу та якості господарських процесів підприємства, а також постійно стимулювати нарощування наявного потенціалу та його стабільного розвитку.

Основні функціональні цілі економічної безпеки підприємства:

- забезпечення високої фінансової ефективності роботи, фінансової стійкості та незалежності підприємства;

- забезпечення технологічної незалежності та досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу того чи того суб'єкта господарювання;

- досягнення високої ефективності менеджменту, оптимальної та ефективної організаційної структури управління підприємством;

- досягнення високого рівня кваліфікації персоналу та його інтелектуального потенціалу, належної ефективності корпоративних НДДкР;

- мінімізація руйнівного впливу результатів виробничо-господарської діяльності на стан навколишнього середовища;

- якісна правова захищеність усіх аспектів діяльності підприємства;

- забезпечення захисту інформаційного поля, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства та відділів організації;

- ефективна організація безпеки персоналу, його капіталу та майна, а також комерційних інтересів.

Система економічної безпеки підприємств традиційно включає такі складові:

- інтелектуальну і кадрову;

- інформаційну;

- техніко-технологічну;

- фінансову;

- політико-правову та екологічну;
- силову.

Загальна схема організації економічної безпеки підприємства:

- 1) формування «набору» необхідних підприємству ресурсів (капіталу, персоналу, обладнання, технологій, інформації, прав);
- 2) формування загальної стратегії розвитку підприємства;
- 3) стратегічне планування економічної безпеки підприємства за окремими функціональними складовими;
- 4) розробка стратегії фінансово-господарської діяльності підприємства;
- 5) тактичне планування економічної безпеки за функціональними складовими;
- 6) тактичне планування фінансово-господарської діяльності підприємства;
- 7) оперативне управління фінансово-господарською діяльністю підприємства;
- 8) здійснення функціонального аналізу та оцінки рівня економічної безпеки.

Ефективна безпека підприємницької діяльності забезпечується на таких взаємопов'язаних напрямках:

- захист від злочинного світу;
- захист від порушень закону з тим, щоб самим не потрапити під його санкції;
- захист від недобросовісної конкуренції;
- захист від протиправних дій власних співробітників.

Тема 12. Особливості організації та розвитку бізнесу в окремих сферах діяльності

1. *Організація та ведення бізнесу в галузі торгівлі.*
2. *Організація агробізнесу.*
3. *Готельний та ресторанний бізнес.*
4. *Особливості створення та ведення бізнесу у контексті розвитку «зеленого» туризму.*
5. *Організація бізнесу в біржовій діяльності.*
6. *Галузева специфіка впровадження принципів «зеленої» економіки: проблеми, можливості та інституційне забезпечення з урахуванням міжнародного досвіду.*

1. Організація та ведення бізнесу в галузі торгівлі

Торгівля - форма економічного зв'язку між виробництвом і споживанням, що здійснюється безпосередньо ринком.

Торгівля - це особлива діяльність людей, яка пов'язана із здійсненням актів купівлі-продажу і є сукупністю специфічних технологічних і господарських операцій, спрямованих на обслуговування процесу обміну.

За своїм матеріальним змістом **торгівля** - самостійна галузь економіки, представляє обмін одного виду праці - товарів на інший еквівалентний праці - гроші.

Організація торгівлі являє собою сукупність упорядкованих і взаємодіючих організаційних елементів (торговельних підприємств, організацій, підсистем), що створюють цілісну систему, а також комплекс цілеспрямованих організуючих дій, що забезпечують функціонування торгівлі.

Отже, організація торгівлі охоплює організаційну структуру (організаційну побудову) і організаційну діяльність.

Об'єктом вивчення організації торгівлі є сфера торгівлі як цілісна соціально-економічна система та складові її організаційної структури.

Предметом організації торгівлі є відносини і зв'язки, що зумовлюють взаємодію внутрішніх елементів системи, а також процеси і дії організуючої спрямованості.

Глибина, сутність організації торгівлі може бути розкрита через її зміст, який виявляється в єдності структури й організаційних процесів.

Структура торгівлі містить елементи, організаційні відносини, зв'язки і взаємодію. Крім того, структура торгівлі як соціально-економічна система багатогранна і включає господарську, функціональну, управлінську, технологічну, соціальну, територіальну та інші види структур.

Основними елементами організаційної структури слід вважати:

- торговельні об'єкти, торговельні підприємства, (їх підрозділи), об'єднання, організації;
- підсистеми торгівлі: галузеві, функціональні, відомчі, територіальні та ін.;
- управлінські органи, підрозділи, служби.

Торговельне підприємство - це головна ланка сфери обігу, яка володіє господарською і юридичною самостійністю і здійснює просування товарів до споживачів шляхом купівлі-продажу, реалізуючи власні інтереси на основі задоволення потреб громадян на ринку.

Супермаркети - це відносно великі магазини самообслуговування з переважно продовольчим асортиментом, які частково нагадують колишні вітчизняні традиційні універсами.

Супермаркет (універсам) - великий магазин самообслуговування всередині жилої зони міста, що має торговельну площу понад 400 кв. м, з урізноманітненим асортиментом (більше ніж 5000 асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів.

Виділяють такі різновиди супермаркетів:

1. Традиційні супермаркети - продовольчі магазини самообслуговування площею приблизно 2200 кв. м, що пропонують переважно продукти харчування. У традиційному супермаркеті пропозиція будь-яких непродовольчих товарів, наприклад, косметичних засобів, обмежена.

2. Супермагазини (суперстори) в середньому мають 3-5 тис. кв. м торгової площі і традиційно направлені на задоволення потреб людей у постійних покупках продуктів харчування і інших товарів. Як правило, вони пропонують також послуги пралень, хімчисток, ремонт взуття і ін. Останніми роками спостерігається поява супермагазинів, які насправді є гігантськими спеціалізованими магазинами, так званими «вбивцями» в своїй товарній категорії (вбивця категорій - це роздрібний торговець, що спеціалізується в одній категорії товарів). До супермагазинів також належать:

1) комбіновані магазини - є варіантом супермаркету у сфері лікарських препаратів. Магазин, в якому комбінуються продуктові та лікарські відділи, в середньому розташовується на 6 тис. кв. м торгової площі;

2) гіпермаркети - займають від 10 до 25 тис. кв. м і об'єднують в собі принципи супермаркету, магазину знижених цін і оптової торгівлі. Асортимент товарів, представлених в таких підприємствах роздрібною торгівлі, виходить за рамки товарів, що купуються щоденно, включає меблі, велику та дрібну побутову техніку, одяг і багато іншого. Найчастіше товар розташовується на примітивному прилавку, що вимагає мінімум зусиль з перенесення і транспортування з боку торгуючого персоналу. Покупцям, які погоджуються самотійно відвезти великі предмети з магазину, надається знижка.

3) Гуртові супермаркети - це магазини, що торгують продуктами харчування за низькими цінами. Запропонований набір послуг дуже обмежений, а приміщення оформлені за принципами раціональності і функціональності, без будь-яких прикрас.

Гіпермаркет - магазин самообслуговування загальноміського значення з торговельною площею понад 3000 м², з максимально широким асортиментом (більше ніж 15 тисяч асортиментних позицій) продовольчих і непродовольчих товарів.

Гуртова торгівля - це комерційна діяльність з купівлі-продажу великих партій товарів і послуг для професійного використання або кінцевого споживання через мережу підприємств з перепродажу кінцевим споживачам.

Оптова (гуртова) торгівля - торгівля товарами, призначеними для подальшого їх продажу або відповідного перетворення з метою продажу та надання пов'язаних з цим послуг.

Два види оптової торгівлі - торгівля продовольчими товарами (продуктами харчування) і торгівля непродовольчими товарами - разом утворюють велику за масштабами і важливу за значенням підсистему оптової торгівлі товарами широкого вжитку. Вона має на меті налагодження і відпрацювання господарських зв'язків між виробництвом і роздрібною торгівлею за умови забезпечення раціонального товаропросування виготовлених матеріальних благ і є активним важелем організації та розвитку як виробничих галузей, так і роздрібною торговельної мережі.

Функціями оптової торгівлі у частині її взаємодії із представниками сфери

виробництва є:

- 1) стимулювання і концентрація підприємницької діяльності всіх форм, видів і різновидів;
- 2) активна участь у проектуванні і формуванні виробничого асортименту товарів і послуг, піднесенні загального рівня якості виготовлюваних матеріальних благ;
- 3) організація й інвестиційне забезпечення процесу руху щойно виготовлених матеріальних благ зі сфери виробництва внаслідок повсякденного вдосконалення наявних і створення нових каналів товаропросування;
- 4) взяття на себе певної частини комерційного ризику, постійно супутнього життєвому циклу товарів і послуг на ринку; усунення або згладжування діаметральних суперечностей бізнесового ризику (успіх-поразка);
- 5) формування оптимальної концепції логістичного забезпечення сучасних виробництв відповідно до комерційних, справді ринкових засад, основною з яких є максимізація прибутку на фоні безумовного врахування комерційних інтересів інших суб'єктів ринку.

Оптова торгівля виконує також низку функцій, спрямованих на обслуговування потреб роздрібних торговельних підприємств та індивідуальних споживачів товарів і послуг. Ці функції передбачають:

- 1) постійне і системне вивчення попиту і поточної кон'юнктури всередині окремих сегментів товарного ринку і певних цільових ринків;
- 2) перетворення виробничого великосерійного асортименту в торговельний, адаптований до реальних можливостей наявної роздрібної та дрібнороздрібної торговельної мережі;
- 3) концентрацію матеріальних благ внаслідок власних і залучених основних та оборотних засобів з метою створення передумов для ритмічного постачання торговельних підприємств у зоні обслуговування;
- 4) здійснення внутрішньоскладських технологічних операцій, супутніх процесу зберігання товарних запасів;
- 5) організацію своєчасної доставки товарів у роздрібну торговельну мережу;
- 6) проведення товарного і фінансового кредитування клієнтів-покупців (підприємств роздрібної торгівлі);
- 7) інформаційне обслуговування наявних і потенційних клієнтів з числа покупців оптових партій товарів або комплексу послуг.

Види гуртових організацій:

1. Закупівельні гуртові організації.
2. Спеціалізовані гуртові організації.
3. Агенти і брокерські контори.
4. Гуртові відділення і контори виробників.

Мережева торгівля - форма продажу товарів, яка здійснюється через багаторівневу мережу торговельних агентів без участі посередників.

Під прямою торгівлею мається на увазі реалізація товарів чи послуг, при здійсненні яких необхідний прямий контакт з покупцем. Причому не тільки

прямий контакт, а й місце збуту - це територія самого потенційного покупця.

Прямі продажі - це метод, суттю якого є індивідуальний контакт із споживачем.

Світова практика показує, що прямі продажі - це, насамперед, якість товару. Якщо продається неякісний товар, то, по-перше, його не куплять, по-друге, навіть якщо і куплять, то більше не звернуться. Прямі продажі регулюються юридично, адже споживач має ті ж права, що і покупець в супермаркеті, людина, яка займається прямим продажем, має точно такі зобов'язання, як і продавець, який має свою торгову площу або роздрібну точку. Також слід зазначити, що зручніше, ніж прямі продажі, для клієнта, не буває.

2. Організація агробізнесу

Агропромисловий комплекс (АПК) - сукупність галузей народного господарства, зайнятих виробництвом, переробкою, збереженням і доведенням до споживача сільськогосподарської продукції.

До складу АПК входять три основні сфери:

- 1) виробництво засобів виробництва для сільського господарства та його виробничого обслуговування;
- 2) власне сільське господарство;
- 3) заготівля, переробка, збереження, транспортування і збут сільськогосподарської продукції.

Агробізнес - вид підприємницької діяльності у галузях виробництва сільськогосподарської продукції, засобів виробництва для сільського господарства, зберігання сільськогосподарської продукції, її транспортування, переробки і доведення до споживача. Тобто, агробізнес - це форма підприємницької діяльності в агропромисловому секторі економіки країни.

Розвиток аграрного підприємництва на сучасному етапі відбувається під впливом значної кількості організаційно-економічних чинників, які потребують удосконалення. Важливою умовою для ефективного розвитку аграрного підприємництва є активізація інвестиційної діяльності, яка сприятиме оновленню матеріально-технічної бази, запровадженню новітніх технологій виробництва продукції сільського господарства, ефективному веденню сільськогосподарського виробництва, покращенню рівня його інфраструктури та задоволенню потреб населення.

Досвід підприємницької діяльності в агробізнесі дозволяє виділити три рівні його функціонування:

- I. Агробізнес у фермерських господарствах, кооперативах, агропромислових об'єднаннях, фірмах.
- II. Агробізнес у масштабі національної економіки країн.
- III. Агробізнес у міжнародному масштабі.

Економічне зростання в масштабах усього суспільного виробництва - це збільшення річного обсягу продукції й надання послуг унаслідок діяльності різних суб'єктів господарювання країни.

На практиці розрізняють два **типи економічного зростання**:

1) **екстенсивний ріст** - можливість збільшення обсягів виробництва продукції аграрними підприємствами через залучення додаткових чинників виробництва - посівних площ, поголів'я тварин, засобів виробництва;

2) **інтенсивний ріст** - збільшення виробництва продукції внаслідок зростання продуктивності праці на удосконаленій технічній основі й ефективніше використання наявних ресурсів: площі сільськогосподарських угідь, поголів'я тварин і птиці.

Інтенсифікація - це соціально-економічний процес, спрямований на збільшення виробництва продукції, підвищення її якості й зниження собівартості на основі запровадження у виробництво нових засобів, нових технологій, нових сортів сільськогосподарських культур і порід тварин, нових форм організації праці й виробництва, підвищення кваліфікації кадрів та ін., що є складовими науково-технічного прогресу.

Основними напрямками науково-технічного прогресу в сільському господарстві є:

1. **Агротехнічний прогрес** - виявляється в якісному поліпшенні сільськогосподарських угідь, підвищенні їх продуктивності на основі різних способів обробітку, гідротехнічної, хімічної й іншої меліорації, впровадження науково обґрунтованих сівозмін, раціональної структури посівних площ, удосконалення методів боротьби зі шкідниками та хворобами сільськогосподарських культур, поліпшення насінництва, виведення високоурожайних сортів і гібридів.

2. **Зоотехнічний прогрес** - це виведення нових високопродуктивних порід тварин і поліпшення племінних якостей існуючих, удосконалення системи утримання та годівлі, вирощування й догляду, систематичне поліпшення технології виробництва продуктів тваринництва.

3. **Технічно-технологічний процес** - створення нової та удосконалення існуючої техніки, машин і обладнання, систем машин для комплексної механізації й автоматизації сільськогосподарського виробництва, приладів, сировини і матеріалів, будівництво приміщень з відповідним обладнанням, споруд, розроблення нових, удосконалення існуючих технологічних процесів виробництва, первинної переробки та зберігання сільськогосподарської продукції, застосування високопродуктивних машин, іншої техніки, розвиток транспортних засобів, розширення бази зберігання продукції тощо.

4. **Організаційно-економічний і соціальний прогрес** - удосконалення і впровадження нових прогресивних технологій у землеробстві й тваринництві, раціональна спеціалізація, підведення її до рівня кооперування, вдосконалення форм і організації управління, концентрація та раціональне розміщення виробництва.

Агробізнес може розвиватись у різних організаційних формах. Найпростішою організаційною формою агробізнесу є фермерське господарство. Найчастіше воно організовується як сімейне господарство, сімейна ферма.

Згідно з Законом України «Про особисте селянське господарство», діяльність, пов'язана з веденням особистого селянського господарства, не відноситься до

підприємницької діяльності, а тому цей закон не розглядається в даному курсі.

Згідно з Законом України «Про фермерське господарство» таке господарство є формою підприємницької діяльності громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства відповідно до закону.

Фермерське господарство діє на умовах самоокупності і самостійно визначає напрями своєї діяльності, спеціалізацію, організовує виробництво сільськогосподарської продукції, її переробку та реалізацію, на власний розсуд та ризик підбирає партнерів з економічних зв'язків у всіх сферах діяльності, у тому числі іноземних.

Реалізація сільськогосподарської продукції, що виробляється фермерським господарством, на вітчизняному ринку та її поставки на експорт, а також розрахунки з українськими та іноземними партнерами здійснюються відповідно до законодавства України.

Фермерські господарства разом з іншими сільськогосподарськими товаровиробниками мають право створювати обслуговуючі сільськогосподарські кооперативи, спілки, інші об'єднання, а також бути засновниками (учасниками) господарських товариств.

Кооперація - це економічне явище, що виявляється в економічних взаємовідносинах між партнерами в сенсі їх співпраці з тим, щоб досягти спільної мети за менших питомих затрат ресурсів на основі взаємної вигоди для всіх учасників і задоволення інтересів кожного.

Головною метою кооперації є допомога сільськогосподарським товаровиробникам у розвитку їх економіки та підвищення ефективності.

Основна ідея сільськогосподарської кооперації є простою й обумовлюється трьома аспектами:

- 1) об'єктивно існують переваги крупного виробництва над дрібним;
- 2) організаційні, економічно-ресурсні й інші межі кожного підприємства (окремого виробника) не дають змоги повного розвитку процесів концентрації й спеціалізації у них з метою нарощування масштабів конкретної галузі;
- 3) кооперація дає можливість для розвитку процесів концентрації та спеціалізації господарства на виробництві конкретного виду продукції, поза згаданими межами, внаслідок об'єднання їх зусиль у формі взаємовигідної співпраці з метою одержання максимального ефекту на використуванні ресурси кожного з учасників кооперації.

Для розвитку кооперації необхідні сприятливі умови:

- визнання державою демократичного характеру виробництва, коли можливий вільний вибір і здійснення будь-якого виду економічної діяльності;
- існування правового статусу захисту кооперативів і скасування будь-якого державного втручання в їх господарську діяльність;
- визнання та функціонування різних форм власності, в тому числі й приватної;
- наявність гнучкого економічного механізму та пільгової податкової підтримки;
- підтримка державою ідеології стосовно конкретних форм кооперації і широка популяризація її переваг;
- цільова кредитна допомога держави у становленні кооперативів, розумне поєднання соціально-економічних інтересів держави й учасників кооперації.

Кооператив - це форма кооперації та її організаційна структура підприємницького типу, що створюється і функціонує на засадах кооперативних принципів, які є носіями і регуляторами внутрішніх і зовнішніх його відносин.

Класифікація кооперативів:

1. За видовою ознакою (характером діяльності) - виробничий, обслуговуючий, комбінований.
2. За функціональною ознакою - рослинницький, тваринницький, садово-городній, заготівельно-збутовий, сервісний, кредитний, постачальницький, переробний.

3. Готельний та ресторанний бізнес

Готелі в сучасному розумінні були відомі ще в часи Стародавньої Греції.

Споруджувалися вони поблизу місць, де відбувались громадські свята, поблизу численних храмів й інших культових і курортних визначних пам'яток.

Термінологія індустрії гостинності багато чим зобов'язана римлянам.

В основу організації готельної справи в Римській імперії була покладена розроблена державною владою певна класифікація готелів. Існувало два типи готелів: лише для патриціїв (мансіонес) та для плебеїв (стабулярії).

Масові поїздки купців, духівництва, а також численних у середньовіччя палігримів і прочан дають новий напрям у формах надання притулку. Спочатку цей притулок був безкоштовним, заради любові до ближнього, що надавався монастирями, церковними організаціями, князівськими дворами.

Згодом безкоштовний притулок починає перетворюватись на спеціальні, розраховані на отримання прибутку, підприємства. Ці установи в результаті постійного зростання вимог з боку мандрівників і в міру технічного прогресу, який одночасно відбувався, набували все новіших і різнобічніших форм, перетворюючись на готельні підприємства, схожі на сучасні.

Подальший розвиток різних форм туризму створював постійно зростаючі потреби в готелях і закладах харчування. Виникають великі готелі, розміщені 109 в спеціально для цієї мети побудованих будівлях типу приватних резиденцій або ж у чудових державних особняках. Звідси й походить французька назва «отель», що означає міський палац магната, місце представника іноземної держави або

міської влади.

Сучасний розвиток готельної справи у світовій практиці пропонує споживачеві готельних послуг різноманітний готельний сервіс залежно від цін, що складаються на ринках цих послуг. Щороку засоби масової інформації повідомляють численній клієнтурі про нові форми діяльності в цьому виді сервісу.

Системи класифікації готелів:

- європейська (система «зірок»), що використовується у Франції, Австралії, Угорщині, Єгипті, Україні і ряді інших країн;
- система букв (A,B,C,D), що використовується в Греції;
- система «корон», що застосовується у Великобританії;
- індійська система.

Класифікація готелів:

1. За місцем розташування виділяють такі види готелів:
 - готелі в центрі міста;
 - пришляхові, як правило, малої поверховості з відкритими автостоянками;
 - готелі в околицях міста й в аеропортах;
 - плавучі готелі - плавзасоби, обладнані під готелі, для розміщення і відпочинку туристів біля берегу моря, річки або озера.
2. За рівнем цін, що встановлюються на основні платні послуги: бюджетні; економічні, середні, першокласні, апарт-готелі, люкс-готелі.
3. За тривалістю перебування клієнтури: готелі для тривалого та короткочасного перебування клієнтів.
4. За тривалістю функціонування протягом року готелі поділяються на працюючі цілорічно та працюючі сезонно.
5. За способом надання харчування проживаючим у готелях клієнтам: ті, що забезпечують повний пансіон; ті, що пропонують лише сніданок; не пропонують харчування.
6. За формою власності: муніципальні; державні; приватні; орендовані.
7. За призначенням (виходячи з потреб клієнтури): для ділових людей; готелі для відпочинку; спеціальні типи готелів (для транзитних пасажирів, для спортсменів тощо).

Змішані види засобів розміщення одержують найнесподіваніші способи вирішення. Так, за кордоном почали будувати такі типи готельних підприємств:

- ***ротелі*** - для подорожуючих автомашинами із трейлерами;
- ***ботелі*** - прибережні готельні заклади, що обслуговують подорожуючих на воді, до складу яких входить житло, система культурно-побутового обслуговування, спеціалізовані будівлі і пристрої технічного обслуговування плавзасобів;
- ***ботокемпінги*** - сезонні готельні установи типу кемпінгів;
- ***наплавні сезонні флотелі і флотокемпінги***, що поєднують функції

також стоянки технічного обслуговування і зимового зберігання плавзасобів;

- **флайтелі** - готелі для власників особистих літаків тощо.

Для ефективної роботи будь-якому готелю необхідна функціональна організаційна структура.

В управлінській практиці готелів найбільш поширені такі типи організаційних структур:

- лінійна;
- функціональна;
- лінійно-функціональна.

Незважаючи на те, що всі керівники готелю виконують управлінські функції, не можна сказати, що вони займаються однаковим видом діяльності. Окремим керівникам доводиться витрачати час на координування роботи інших керівників, які, координують роботу менеджерів нижчого рівня, і так до рівня керівника, що координує роботу неуправлінського персоналу - людей, які надають послуги.

Готель, як правило, складається з таких підрозділів, кожний з яких виконує покладені на нього функції:

1. Служба прийому і розміщення (службовець з бронювання номерів, касир служби прийому і розміщення, нічний аудитор, консьєрж).

2. Інженерно-технічна служба.

3. Служба роботи з персоналом.

4. Господарська служба.

5. Фінансово-економічна служба (бухгалтерія).

6. Комерційний відділ.

7. Служба готельного маркетингу.

8. Керівництво готелю.

Обслуговування в готелі - це система заходів, що забезпечують високий рівень комфорту та задовольняють найрізноманітніші побутові, господарські і культурні запити гостей.

Ресторанне господарство - це вид економічної діяльності суб'єктів господарської діяльності з надання послуг для задоволення потреб споживачів у харчуванні з організацією дозвілля або без нього.

Заклад ресторанного господарства - це організаційно-структурна одиниця у сфері ресторанного господарства, яка проводить виробничо-торговельну діяльність: виробляє, дотримує, продає та організовує споживання продукції власного виробництва й закуплених товарів, а також надає послуги з організації дозвілля споживачів.

Підприємство ресторанного господарства - це заклад (сукупність закладів), який є самостійним суб'єктом господарювання, має права юридичної особи і проводить свою діяльність з метою одержання прибутку.

Ресторан - загальнодоступне підприємство харчування, звичайно з різноманітним, широким асортиментом страв складного приготування, закусок, кондитерських, алкогольних і безалкогольних напоїв, фруктів, десертів.

Для класифікації підприємств ресторанного господарства використовують різні критерії:

- вид економічної діяльності;
- характер торгово-виробничої діяльності;
- місце розташування;
- контингент клієнтів, які обслуговуються (гостей);
- асортимент продукції (спеціалізація);
- місткість;
- форма обслуговування;
- час функціонування;
- рівень обслуговування.

Технологія - це процес послідовної зміни стану, властивостей, структури, форми та інших характеристик предметів праці з метою виготовлення певної продукції.

Технологічний процес - це сукупність операцій з використання сировини і матеріалів і виготовлення готової продукції.

Основні принципи проектування та організації технологічних процесів: спеціалізація, пропорційність, паралельність, прямолінійність, безперервність, ритмічність, автоматичність, гнучкість, гомеостатичність.

Стадії технологічного процесу виробництва продукції в закладах ресторанного господарства:

1. Приймання продовольчої сировини і харчових продуктів.
2. Зберігання харчових продуктів.
3. Механічне та гідромеханічне оброблення сировини.
4. Теплове оброблення напівфабрикатів і приготування готової їжі.
5. Зберігання готової продукції.
6. Організація споживання їжі.

4. Особливості створення та ведення бізнесу у контексті розвитку «зеленого» туризму

Поняття зеленого туризму виникло внаслідок видової диференціації туристичної діяльності в умовах високої конкуренції та пошуку нових ніш/сегментів ринку, хоча деякі автори ототожнюють його з сільським туризмом.

Фактично зелений туризм постав як альтернатива класичному курортному відпочинку. Його вважають глобальним феноменом, оскільки нині в світі спостерігається перехід від так званої SSS-моделі відпочинку (Sea - Sun - Sand: Море - Сонце - Пісок) до моделі LLL (Lore - Landscape - Leisure: Знання - Ландшафт - Дозвілля).

Зелений туризм передбачає перебування особи в середовищі, яке не обов'язково є сільською місцевістю, хоча на практиці, як правило, саме цей тип поселень з огляду на специфіку потреб є переважаючим. У підтвердження такого розуміння зеленого туризму є популярна в країнах США і Канади концепція міського зеленого туризму, яка сприяє екологічній відповідальності, місцевій

економічній життєздатності, культурному різноманіттю й отримання досвіду в міському просторі та передбачає промоцію об'єктів еко-бізнесу, паркових територій, магазинів та закладів громадського харчування «натуральної їжі» тощо.

Таким чином, зелений туризм - це вид туризму та сфера підприємницької діяльності, що передбачає тимчасове перебування особи в іншому середовищі з метою рекреації та відпочинку від зазвичай міського способу життя. Зелений туризм, на наш погляд, не слід ототожнювати з екологічним, як це здійснено в Законі України «Про туризм», де серед видів туризму виокремлено «екологічний (зелений)».

Що стосується екологічного туризму (екотуризму), то його розвиток відбувається в умовах екологізації більшості сфер суспільного життя. Його можна розглядати як форму подорожі, сприятливу для навколишнього середовища, що відбувається на територіях, які мають природничу цінність (національні та ландшафтні парки); екологічний туризм спрямований на охорону природного й культурного середовища регіонів, які відвідуються туристами, та передбачає, що учасниками цих подорожей є люди з високою екологічною свідомістю.

Розвиток екологічного туризму дозволяє формувати систему «чистих» туристичних центрів, що важливо для цільового збереження природних екосистем окремих територій.

Моноспеціалізація на послугах екологічного туризму веде до утворення так званих екопоселень. Поширеною практикою є утворення екопарків як специфічних просторових ареалів рекреації, відпочинку та екологічного виховання. Можна узагальнити, що екологічний туризм - це вид туризму та сфера підприємницької діяльності, що передбачає тимчасове перебування особи в іншому середовищі, що супроводжується покращенням якості життя місцевого населення і незмінністю (при можливості відновленням) властивостей екосистем. Екологічний туризм здійснюється з метою: рекреації, зазвичай в екологічно чистому середовищі; відпочинку від звичного, зазвичай міського, способу життя; природоохоронної діяльності; екологічного навчання (ознайомлення з видами робіт, ремеслами в сільській місцевості, у межах природоохоронних територій); науково-дослідної діяльності з екологічною спрямованістю; екологічного виховання (особливо дітей і молоді).

Ще один вид туризму, який за змістом тісно пов'язаний з сільським зеленим туризмом, - це агротуризм. Агротуризм передбачає проживання на території сільськогосподарського виробника з метою ведення домашнього господарства з використанням майна фермерів, основна діяльність і зайнятість яких спрямована на сферу сільського господарства.

Агротуризм, за змістом тісно взаємодіє з туризмом екологічним. Вважається, що він відповідає критеріям екологічності, тобто сприяє охороні природи, збереженню природних пам'яток і т. д. Але агротуризм має й іншу мету - він пропонує перебування в аграрному підприємстві, агрооселі та вивчення

сільського життя, або просто відпочинок у мальовничій місцевості, тоді як екологічний туризм зосереджений на активному вивченні природи і, найчастіше, на активних подорожах.

Агротуризм включає: сільськогосподарські заняття (фермерство, рибальство, землеробство, садівництво, пасіка та ін.); споживання екологічно чистих продуктів харчування; догляд за тваринами.

Агротуризм як явище містить такі складові: турист - бажає відпочивати в екологічно чистих і привабливих місцях, налагодити контакт з господарями (брати участь у веденні господарства), активно проводити час, пізнати культуру і традиції місцевості; господар - пропонує власні помешкання і харчування, може бути провідником, організатором вільного часу, цікавим співрозмовником.

Таким чином, агротуризм є більш вузьким сегменто-орієнтованим видом туризму та сферою підприємницької діяльності, адже потреби, на задоволення яких він орієнтований, формуються під впливом сентиментів до зайнятості в особистих селянських господарствах, активної участі в городництві, садівництві, поводженні зі світськими тваринами. Одним з новітніх видів агротуризму є органічний. Він передбачає організацію турів з метою оздоровлення, релаксаційних заходів, сільськогосподарської освіти, культури та гастрономії зі споживанням органічної їжі.

Органічний туризм безпосередньо пов'язаний з органічним селянським (фермерським) господарством та забезпечує поєднання подорожей з можливістю ведення здорового способу життя та фізичною працею. Це «нішова» сфера туристичної діяльності, яка в Україні поки практично не розвинута.

Створення бізнесу у сфері «зеленого» туризму характеризується тісним зв'язком підприємницької діяльності з природно-ресурсним потенціалом території. На відміну від традиційних форм туристичного бізнесу, розвиток «зеленого» туризму значною мірою залежить від наявності сприятливих природних умов, екологічно чистого середовища, збережених природних ландшафтів та унікальних природних об'єктів. У зв'язку з цим одним із ключових етапів створення такого бізнесу є оцінка природно-ресурсного потенціалу території та визначення можливостей його раціонального використання у туристичній діяльності. Іншою важливою особливістю створення бізнесу у сфері «зеленого» туризму є необхідність дотримання екологічних вимог та природоохоронних обмежень. Організація туристичної діяльності повинна здійснюватися з урахуванням норм екологічного законодавства, вимог щодо охорони природних територій, а також принципів екологічної безпеки. Це передбачає обмеження масштабів господарської діяльності, впровадження ресурсозберігаючих технологій та використання екологічно безпечних матеріалів у процесі облаштування туристичної інфраструктури.

Важливою особливістю створення підприємств у сфері «зеленого» туризму є також орієнтація на використання локальних природних та соціально-економічних ресурсів. У практиці функціонування таких підприємств широко

застосовується використання місцевих будівельних матеріалів, традиційних архітектурних рішень, а також залучення місцевого населення до надання туристичних послуг. Це сприяє не лише збереженню культурної самобутності регіону, але й створенню додаткових можливостей для соціально-економічного розвитку сільських територій.

Особливості ведення бізнесу у сфері «зеленого» туризму також пов'язані з необхідністю формування екологічно орієнтованої моделі господарської діяльності. Така модель передбачає впровадження енергоощадних технологій, використання відновлюваних джерел енергії, раціональне використання водних ресурсів та ефективну систему управління відходами. У практиці функціонування підприємств «зеленого» туризму дедалі більшого поширення набувають системи сортування та перероблення відходів, використання сонячних колекторів, застосування технологій очищення стічних вод, а також використання екологічно чистих продуктів харчування.

Ще однією характерною особливістю ведення бізнесу у сфері «зеленого» туризму є поєднання туристичних послуг із елементами екологічної освіти та просвітництва. Підприємці, які працюють у цій сфері, нерідко організовують для туристів тематичні екологічні екскурсії, природоохоронні заходи, ознайомлення з традиційними формами природокористування та місцевими культурними традиціями. Такий підхід сприяє формуванню екологічної свідомості відвідувачів та підвищує привабливість туристичного продукту.

Особливу роль у веденні бізнесу у сфері «зеленого» туризму відіграє ефективна маркетингова політика, яка повинна враховувати специфіку даного виду туристичної діяльності. Просування туристичних послуг у цьому сегменті ринку часто базується на акцентуванні уваги на екологічній чистоті території, автентичності природного середовища, можливостях активного відпочинку на природі та знайомства з місцевими традиціями. У цьому контексті важливого значення набуває використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема цифрових платформ для просування туристичних послуг та комунікації з потенційними клієнтами.

З урахуванням зростання попиту на екологічно безпечні туристичні послуги розвиток «зеленого» туризму може стати важливим чинником економічного розвитку територій та водночас сприяти збереженню природного середовища і формуванню культури відповідального природокористування.

5. Організація бізнесу в біржовій діяльності

Основою біржової діяльності є біржова торгівля.

Біржа - це інструмент ціноутворення на економічно збалансованій основі співвідношення попиту й пропозиції.

Біржа - установа, в якій здійснюється купівля-продаж товарів масового попиту, цінних паперів, валюти тощо.

Біржа - це організований у певному місці, регулярно діючий за встановленими правилами оптовий ринок, на якому здійснюється оптова торгівля товарами за зразками і стандартами або контрактами на їх поставку в

майбутньому за цінами, які офіційно встановлено на основі результатів торгу.

Функції бірж:

1. Організація проведення торгів.
2. Розробка біржових контрактів.
3. Розв'язання спірних питань.
4. Котирування й регулювання біржових цін.
5. Біржове страхування (хеджування) учасників біржової торгівлі від несприятливих для них коливань цін.
6. Гарантування виконання угод.
7. Інформаційна діяльність, збір і реєстрація біржових цін.
8. Сприяння реалізації товарів за оптимальними цінами.

Аграрна біржа - різновид товарної біржі, на ній працюють ті самі учасники торгів, у неї ті самі функції, що й у товарної біржі.

Функції бірж, які обслуговують аграрний сектор:

- сприяння встановленню господарських зв'язків між учасниками товарної біржі АПК і укладення контрактів;
- залучення на біржу товарних мас, необхідних приватно-орендним підприємствам, селянським (фермерським господарствам), іншим виробникам сільськогосподарської продукції;
- створення умов для укладання контрактів, встановлення цін на продукцію на підставі попиту і пропозицій;
- надання інформації про результати біржових торгів.

Заявки на купівлю чи продаж реальної сільськогосподарської продукції подаються на біржу до початку торгів брокерами та іншими особами, що придбали право на участь у торгах. Форму заявки, час та спосіб подачі визначає біржа.

Водночас із заявкою брокер зобов'язаний надати:

- 1) документи на продаж: довідку сертифікованого складу про наявність заявленої кількості сільськогосподарської продукції; сертифікат якості елеватора, лабораторії, інших незалежних інстанцій для контролю сільськогосподарської продукції;
- 2) документи на купівлю: документ про оплату на рахунок біржі гарантійного внеску.

Біржа має право вимагати від покупця документи, що підтверджують наявність на його рахунку в банку необхідних коштів, чи гарантію оплати від банку.

У Заявці обов'язково вказують термін її дії. Подовження терміну дії чи зняття готівки, а також змінення інформації брокером фіксується письмово в терміни, встановлені біржею. За заявками формується бюлетень продажу та купівлі на даний біржовий торг, позиції якого є підставою для оголошення інформації маклером, що веде торги.

Біржа зобов'язана за добу до торгів підтвердити отримання заявки від брокера. У разі відхилення від інформації його заявки брокер повинен негайно

сповістити про це біржу.

Бюлетень заявок на продаж надається брокерам біржею за дві години до початку торгів. Торги передбачають тільки валюту України. Реєстрація учасників торгів та їх допуск в торгову залу регламентуються біржею.

Товаровиробник зацікавлений у реалізації своєї продукції повинен заповнити заявку на продаж; відповідно підприємство чи фірма, зацікавлені у придбанні товару, заповнюють заявку на купівлю. Біржа може приймати заявки через телефакс, електронну пошту. Інформація про отримані пропозиції передається брокерськими конторами. Зацікавлені брокерські контори встановлюють контракт з продавцями і покупцями.

Угода, укладена на біржових торгах, має бути зареєстрована та оформлена як біржовий контракт. Дані підписаних брокером тікетів зіставляються з даними реєстратора про покупця, продавця, кількість товару та ціну укладених угод. У разі розбіжності даних тікета з даними реєстратора рішення про умови угоди приймає маклер, що вів торги.

Брокери зобов'язані підписати контракт, а біржа його зареєструвати не пізніше наступного за укладенням угоди робочого дня. Біржовому контракту присвоюють реєстраційний номер, його форму та зміст затверджує біржа. Контракт підписують брокери, уповноважені особи біржі та засвідчує печаткою біржа. Контракт оформляють у трьох примірниках: по одному для кожної зі сторін угоди і один - для архівного зберігання на біржі. За поданням сторін біржа може видавати завірені копії контракту. Інформацію щодо оформлених контрактів вносять у журнал реєстрації контрактів.

6. Галузева специфіка впровадження принципів «зеленої» економіки: проблеми, можливості та інституційне забезпечення з урахуванням міжнародного досвіду

Все дедалі більшого значення набуває концепція «зеленої» економіки, що передбачає підвищення ефективності використання природних ресурсів, зменшення антропогенного навантаження на довкілля та формування умов для сталого соціально-економічного розвитку. Впровадження принципів «зеленої» економіки має виражену галузеву специфіку, оскільки різні сектори економіки відрізняються за характером використання природних ресурсів, рівнем екологічного впливу та можливостями екологічної модернізації виробництва.

Галузева специфіка впровадження принципів «зеленої» економіки

Однією з основних сфер реалізації принципів «зеленої» економіки є енергетичний сектор. Традиційна енергетика, що базується на використанні викопних видів палива, є одним із основних джерел забруднення довкілля та викидів парникових газів. У зв'язку з цим у багатьох країнах світу активно впроваджуються програми розвитку відновлюваних джерел енергії, зокрема сонячної, вітрової, гідро- та біоенергетики.

Показовим прикладом успішної реалізації політики «зеленої» трансформації енергетики є досвід Німеччини, яка реалізує масштабну програму енергетичного переходу *Energiewende*. У межах цієї програми значна увага приділяється

розвитку відновлюваних джерел енергії, підвищенню

енергоефективності виробництва та поступовій відмові від використання викопного палива. Завдяки цьому частка відновлюваних джерел енергії у виробництві електроенергії в Німеччині протягом останніх десятиліть суттєво зросла. Іншим важливим напрямом впровадження принципів «зеленої» економіки є сільське господарство. У цій сфері особливого значення набуває розвиток органічного виробництва, впровадження екологічно безпечних технологій вирощування сільськогосподарської продукції та раціональне використання земельних ресурсів. Світовим лідером у сфері органічного землеробства є Австрія, де значна частина сільськогосподарських угідь використовується для виробництва органічної продукції. Такий підхід сприяє збереженню родючості ґрунтів, підвищенню якості харчових продуктів та розвитку екологічно орієнтованого аграрного бізнесу.

Важливою сферою реалізації принципів «зеленої» економіки є також промисловість. У багатьох країнах світу впроваджуються технології ресурсозбереження, повторного використання матеріалів та зменшення обсягів утворення відходів. Показовим прикладом є досвід Японії, де реалізується концепція циркулярної економіки, що передбачає максимальне використання вторинних ресурсів та мінімізацію утворення відходів у процесі виробництва.

Проблеми впровадження принципів «зеленої» економіки

Попри значні переваги, впровадження принципів «зеленої» економіки супроводжується рядом проблем та обмежень. Однією з основних проблем є високий рівень початкових інвестицій, необхідних для впровадження екологічно чистих технологій та модернізації виробництва. Для багатьох підприємств це створює фінансові бар'єри, які стримують процес екологічної трансформації. Іншою проблемою є недостатній рівень розвитку інституційного середовища, що забезпечує підтримку екологічно орієнтованого бізнесу. У багатьох країнах спостерігається недостатня ефективність механізмів державного стимулювання екологічних інновацій, обмеженість фінансових ресурсів для реалізації «зелених» проєктів та недосконалість нормативно-правової бази у сфері природокористування. Крім того, важливою проблемою залишається недостатній рівень екологічної свідомості підприємців та споживачів. Відсутність належної мотивації до впровадження екологічно відповідальних моделей господарювання часто стримує розвиток «зеленої» економіки.

Інституційне забезпечення розвитку «зеленої» економіки

Ефективне впровадження принципів «зеленої» економіки потребує формування відповідного інституційного середовища, яке включає систему правових, економічних та організаційних механізмів державного регулювання.

Важливим інструментом інституційного забезпечення є екологічна політика держави, яка реалізується через систему екологічного законодавства, державні програми підтримки «зелених» інновацій та механізми економічного стимулювання природоохоронної діяльності. До таких механізмів належать екологічні податки, платежі за використання природних ресурсів, фінансові 118

стимули для підприємств, що впроваджують екологічно чисті технології, а також розвиток системи «зеленого» фінансування.

Важливу роль у формуванні інституційного середовища «зеленої» економіки відіграють міжнародні організації, які сприяють поширенню екологічно орієнтованих моделей розвитку, надають фінансову та технічну підтримку країнам, що впроваджують екологічні реформи, а також розробляють міжнародні стандарти у сфері охорони довкілля.

Можливості розвитку бізнесу в Україні на принципах «зеленої» економіки

Для України впровадження принципів «зеленої» економіки відкриває значні можливості для розвитку нових напрямів підприємницької діяльності. Одним із найбільш перспективних секторів є відновлювана енергетика. Україна має значний потенціал розвитку сонячної, вітрової та біоенергетики, що створює передумови для формування конкурентоспроможного ринку «зеленої» енергії.

Важливі перспективи пов'язані також із розвитком органічного сільського господарства. Україна володіє значними земельними ресурсами та сприятливими природно-кліматичними умовами, що створює можливості для розширення виробництва органічної продукції та її експорту на міжнародні ринки. Значний потенціал має і розвиток сфери перероблення відходів та формування циркулярної економіки. Впровадження сучасних технологій сортування та перероблення відходів дозволяє створювати нові види бізнесу, зменшувати обсяги забруднення довкілля та підвищувати ефективність використання матеріальних ресурсів.

Перспективним напрямом розвитку «зеленого» бізнесу в Україні є також екологічний та сільський туризм. Використання природно-рекреаційного потенціалу регіонів, збереження природних ландшафтів та розвиток екологічно орієнтованих туристичних послуг сприяють диверсифікації економічної діяльності та створенню нових робочих місць у сільській місцевості.

Впровадження принципів «зеленої» економіки має важливе значення для забезпечення сталого розвитку сучасних економічних систем. Галузева специфіка реалізації цих принципів проявляється у різних секторах економіки, зокрема в енергетиці, сільському господарстві, промисловості та сфері послуг. Досвід провідних країн світу свідчить про те, що ефективна реалізація політики «зеленої» трансформації потребує комплексного поєднання економічних стимулів, інноваційних технологій та ефективного інституційного забезпечення.

Для України впровадження принципів «зеленої» економіки відкриває широкі можливості для модернізації економіки, розвитку інноваційного підприємництва та підвищення конкурентоспроможності національного господарства. Використання міжнародного досвіду, удосконалення інституційного середовища та активізація інвестицій у «зелені» технології можуть стати важливими чинниками формування нової моделі економічного розвитку, орієнтованої на раціональне використання природних ресурсів та збереження довкілля.

Список рекомендованої літератури

Базова

1. Організація та розвиток власного бізнесу [Текст] : електронний посібник для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньо-професійної програми «Економіка» галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки спеціальності 051 Економіка денної та заочної форм навчання / уклад. А.І. Гордійчук, П. М. Косінський. - Луцьк: Луцький НТУ, 2020. URL: https://elib.lntu.edu.ua/sites/default/files/elib_upload/%D0%95%D0%9D%D0%9F%20%D0%9E%D0%A0%D0%92%D0%91%20%D0%BA%D0%BE%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BD%D1%82/index.html
2. Мельников А. М. Основи організації бізнесу [текст] : навч. посіб./ за заг. ред. А. М. Мельникова [А. М. Мельников, О. А. Коваленко, Н. Б. Пундяк]. Київ : «Центр учбової літератури», 2021. 200 с.
3. Економіка і бізнес: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми: Університетська книга, 2021. 316 с.
4. Бойко О. М. Основи підприємницької діяльності: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2023. 240 с. 5. Міжнародний бізнес : навчальний посібник / С. В. Тарасенко, Ю. М. Петрушенко. Суми : Сумський державний університет, 2021. 222 с.
6. Мохонько Г. А. Організація підприємницької діяльності [текст] : навчальний посібник / уклад. Г. А. Мохонько. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2022. 61 с.
7. Економіка та бізнес-інновації: підручник / за ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника, д.е.н., проф. О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2023. 702 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91523>.
8. Економіка розвитку: європейський досвід упровадження досягнень Industries 3.0, 4.0 та 5.0. : навч. посіб. / за ред. Л. Г. Мельника, Ю. М. Завдов'євої. Суми : Університетська книга, 2022. 608 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/91525>.
9. Бойко О. М. Основи підприємницької діяльності: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2023. 240 с.
10. Гетьман О. О. Підприємництво: основи та сучасні виклики. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 310 с.
11. Гнатюк Л. І. Організація підприємницької діяльності: навчальний посібник. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2022. 280 с.
12. Гончарук Н. О. Стратегічне планування підприємницької діяльності: навчальний посібник. Вінниця: ВНТУ, 2021. 260 с.
13. Данилюк М. О. Підприємництво: управління інноваціями. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2021. 300 с.
14. Живко З. Б. Підприємницькі ризики: управління та мінімізація. Харків: ХНЕУ імені С. Кузнеця, 2021. 310 с.
15. Ковальчук П. І. Економіка підприємництва. Тернопіль: ТНЕУ, 2023. 270 с.

16. Кравець В. М. Основи малого та середнього бізнесу. Харків: ХНЕУ імені С. Кузнеця, 2020. 320 с.
17. Кравченко Т. П. Основи підприємництва: навчальний посібник. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2023. 320 с.
18. Леськів Г. З. Підприємництво в умовах глобалізації. Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2022. 290 с.
19. Мельник Н. А. Підприємництво в цифровій економіці: перспективи розвитку. Київ: КНЕУ, 2022. 275 с.
20. Мельник С. В. Основи підприємництва: теорія і практика. Тернопіль: ТНЕУ, 2021. 270 с.
21. Миськів Г. В. Бюджетування в підприємницькій діяльності. Львів: ЛьвДУВС, 2020. 240 с.
22. Петренко О. Г. Інноваційне підприємництво: навчальний посібник. Одеса: ОНУ імені І. І. Мечникова, 2023. 280 с.

Допоміжна

23. Косінський П. М., Гордійчук А. І. Особливості організації бізнесу у сфері виробництва біопалива у контексті забезпечення сталого розвитку держави. Економічні науки: збірник наукових праць ЛНТУ. Серія “Регіональна економіка”. 2022. Випуск 19 (75). С. 109- 117.
24. Карпюк Г.І. Основи підприємництва: Навчальний посібник для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти. 2021. 108 с.
25. Плетос С.В. Підприємницька діяльність: конспект лекцій. Одеса: ОДЕКУ, 2021. 121 с.
26. Шубалий О.М., Косінський П.М. Тенденції та державні стимули розвитку переробної промисловості на базі природно-ресурсних видів економічної діяльності у регіоні. Економіка природокористування та сталий розвиток. 2022. No12. С. 16-25. DOI: 10.37100/2616-7689.2022.12(31).2. (Index Copernicus).
27. Шубалий О.М., Петруха С.В., Косінський П.М. Фінансово-економічне стимулювання сталого розвитку переробних підприємств у воєнних та повоєнних умовах. Фінанси України. 2022. No 12. С. 74-86. <https://doi.org/10.33763/finukr2022.12.074>. (Index Copernicus).
28. Господарський кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/436-15#Text>.
29. Закон України «Про підприємництво». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/698-12#Text>.
30. Шершньова З. Є., Гісем С. І. Організаційно-економічні основи удосконалення організаційних структурт бізнес-організацій. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. No 1. С. 78-81.
31. Павлішина Н. М., Резанцева В. Маркетингова стратегія на підприємствах малого бізнесу. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. 2022. No 1. С. 185-188.

32. Гаврилюк С. П., Литвинова Т. С. Особливості розвитку підприємництва у ресторанному бізнесі. Вчені записки університету "КРОК". Серія : Економіка. 2022. Вип. 1. С. 9-18.
33. Брикова Т. М. Комплаєнс готельного бізнесу в умовах пандемії: наукова обґрунтованість та порядок здійснення. Вчені записки університету "КРОК". Серія : Економіка. 2022. Вип. 1. С. 58-66.
34. Завгородня Т. П., Костюк В. А., Холодний Г. О., Скрипник В. В. Безпекове стратегування управління інноваційними бізнес-процесами та капіталізацією в агропродовольчій сфері в умовах глобалізації фінансових ринків. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. No 3. С. 116-124.
35. Дмитришин Л. І., Гавдей С. В. Економічне та організаційне забезпечення розвитку туристичного сектора України. Бізнес Інформ. 2022. No 2. С. 75-80.
36. Пустовіт Б. О., Шандарм А. М. Соціальний розвиток в Україні в контексті активізації діяльності соціального бізнесу. Бізнес Інформ. 2022. No 3. С. 60-66.
37. Васьків О. М. Сучасні HR-технології для бізнесу [Електронний ресурс] / О. М. Васьків, Ю. А. Стадник // Бізнес Інформ. - 2022. - No 1. - С. 114-122.
38. Мозгова Г. В., Ляшевська І. В., Білоконь В. О. Сутність і моделі електронного бізнесу та електронної комерції. Бізнес Інформ. 2022. No 1. С. 123-131.
39. Третяк В. П., Чень Ю. Науково-теоретичні основи формування бізнес-середовища територій. Бізнес Інформ. 2022. No 4. С. 83-89.
40. Александрова В. О., Манойленко О. В. Теоретичні передумови формування організаційно-економічного забезпечення реорганізації діяльності суб'єкта господарювання. Проблеми економіки. 2022. No 1. С. 76-82.
41. Бурбело О. А., Ахромкін Є. М., Заблодська Д. В. Стартапи в бізнес-екосистемі: теоретичний та практичний аспекти. Часопис економічних реформ. 2022. No 1. С. 6-13.
42. Жигулін О. А. Механізм оцінки, відновлення й підвищення темпів розвитку готельного бізнесу. Економіка харчової промисловості. 2022. Т. 14, Вип. 2. С. 68-76.
43. Глушко Т. П. Філософія бізнесу як міждисциплінарна освітня компонента. Філософія освіти. 2022. No 28 (1). С. 184-196.
44. Духновська Л. М. Організація фінансового обліку діяльності підприємств в умовах війни. Формування ринкових відносин в Україні. 2022. No 5. С. 59-63.
45. Косінський П. М., Гордійчук А. І. Конкуренція як один із факторів розвитку власного бізнесу. Економічні науки : збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія «Регіональна економіка». 2023. Вип. 20 (79). С. 91-95. / URL: http://e-region.lutsk-ntu.com.ua/index.php/ekonomichni_nauky/issue/view/6/9.
46. Косінський П. М. Формування системи інформаційно-аналітичного забезпечення розвитку конкуренції на ринках держави. Економічні науки : збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Серія «Регіональна економіка». 2023. Вип. 20 (79). С. 86-90.
47. Лучечко Ю., Гордійчук А. (2023). Регіональні тенденції і пріоритети

розвитку аграрного бізнесу в Україні у період війни . Економічний форум, 1(3), 22-28. <https://doi.org/10.36910/6775-2308-8559-2023-3-3>.

48. Косінський П. М. Удосконалення механізму регулювання конкуренції в державі. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., Частина 1, Луцьк, 15 груд. 2023 р. Луцьк: ЛНТУ, 2023. С. 147-149.

49. Косінський П. М. Роль конкуренції у забезпеченні сталого розвитку підприємств. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами : матеріали IX Міжнар. наук.-практ. конф., Частина 1, Луцьк, 15 груд. 2023 р. Луцьк: ЛНТУ, 2023. С. 146-147.

50. Косінський П. М. Ощадливе ставлення до навколишнього середовища громадян, бізнесу та органів державної влади. Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Луцьк, 17 груд. 2021 р., Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2021. С. 384-387.

51. Косінський П. М., Купрійчик М. В. Підвищення рівня соціальної відповідальності бізнесу в регіоні (на прикладі компанії Modern-Expo). Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами: матеріали VII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., Луцьк, 17 груд. 2021 р., Луцьк: ІВВ Луцького НТУ, 2021. С. 116-118.

52. Косінський П. М. Економічне стимулювання розвитку поглибленої переробки на цукрових підприємствах регіону. Сучасні тренди в економіці та управлінні персоналом : матеріали круглого столу, м. Луцьк, 15 травня 2020 р. Луцьк, 2020. С. 25-27.

53. Косінський П.М. Напрями та інструменти економічного стимулювання виробництва органічної продукції в Україні. «Актуальні проблеми управління соціально-економічними системами» : VI міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Луцьк, 11 груд. 2020 р. Луцьк, 2020.

54. Росохацька М. О., Марченко О. В., Краус К. М., Краус Н. М. Концепція “зеленого” бізнесу - данина моді чи виклик часу? European scientific journal of Economic and Financial innovation. 2022. No 2 (10). С. 65-76.

55. Організація підприємницької діяльності : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення навчальної дисципліни студентами спеціальностей 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» освітня програма «Товарознавство і торговельне підприємництво», 073 «Менеджмент» освітня програма «Менеджмент», 181 «Харчові технології» освітня програма «Харчові технології та інженерія» ступеня бакалавра ПУЕТ / О. А. Спориш, І. В. Юрко, К. М. Краус, Л. В. Іржавська. Полтава : ПУЕТ, 2018. 178 с.

56. 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.

57. Основи підприємницької діяльності : підручник / за редакцією д.е.н., проф. В.М. Марченко. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. Вид-во «Політехніка», 2022. 515 с.

58. Підприємництво: сучасні виклики, тренди та трансформації: моногр. / за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. Т. Гринько. Дніпро : Видавець Біла К. О., 2023. 568 с.
59. Савченко І. П. Підприємництво в умовах цифрової економіки. Київ: Знання, 2022. 300 с.
60. Семенюк І. В. Основи підприємництва: сучасний підхід. Львів: Афіша, 2022. 275 с. 8.
61. Сокурєнко В. П. Розвиток підприємництва в Україні: виклики та можливості. Київ: Знання, 2021. 310 с.
62. Ткаченко С. В. Ефективне підприємництво: методологія і практика. Київ: Центр учбової літератури, 2023. 290 с.
63. Федоренко Т. В. Підприємницька діяльність: організаційні аспекти. Чернівці: ЧНУ імені Ю. Федьковича, 2020. 250 с.

Інформаційні ресурси

1. Хто такі бізнес-ангели? BestInvestpro. <http://bestinvestpro.com/uk/xto-taki-biznes-angeli/>.
2. Prometheus: Підприємництво. Власна справа в Україні. URL: <https://prometheus.org.ua/>.
3. Prometheus: Підприємництво: хто ваш клієнт. URL: <https://prometheus.org.ua/>.
4. Prometheus: Соціальне підприємництво. URL: <https://prometheus.org.ua/>.
5. Prometheus: Як будувати бізнес онлайн. URL: <https://prometheus.org.ua/>.
6. Аналітика стану українського бізнесу. URL: <https://business.diia.gov.ua/analytics>.
7. Відкриті дані. URL: <https://osvita.diia.gov.ua/courses/opendata>.
8. Головбук. URL: <https://www.golovbukh.ua/article>.
9. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua/>.
10. Фінансова грамотність для підприємців. URL: <https://business.diia.gov.ua/courses/finansova-gramotnist-dla-pidpriemciv>.
11. Фопономіка. URL: <https://opendatabot.ua/open/foconomics>.
12. Що таке стартап? URL: <https://biznesua.com.ua/shho-take-startap>.
13. Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. URL: <http://www.nbuv.gov.ua/>.
14. Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. URL: <https://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.
15. Бібліотека Верховної Ради України. URL: <http://lib.rada.gov.ua/static/about/welcome.html>.

Організація та розвиток власного бізнесу : конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 051 «Економіка» освітньої програми «Економіка» денної та заочної форм навчання / уклад. А.І. Гордійчук, П.М. Косінський. Луцьк : ЛНТУ, 2024. 126 с.

Комп'ютерний набір

П. М. Косінський.

Редактор

А. І. Гордійчук.

Підп. до друку 2024 р.
Формат 60х84/16. Папір офс. Гарнітура Таймс.
Ум. друк. арк. ____ . Обл.-вид. арк..
Тираж 50 прим. Зам..

Відділ іміджу та промоції
Луцького національного технічного університету
43018 м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк - ВІП ЛНТУ