

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

Кафедра фінансів і економічної безпеки

06-03-310М

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

з навчальної дисципліни «Підприємництво»
для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського)
рівня за освітньо-професійною програмою «Креативна та
цифрова культура» спеціальності 034 «Культурологія»
денної та заочної форм навчання

Рекомендовано науково-
методичною радою з якості ННІ
економіки та менеджменту
Протокол № 4 від 27.12.2022 р.

Рівне – 2023

Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Підприємництво» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) ступеня, які навчаються за освітньо-професійною програмою «Креативна та цифрова культура» спеціальності 034 «Культурологія» денної та заочної форм навчання [Електронне видання] / Подлевський А. А., Скаковська С. С. – Рівне : НУВГП. – 2023. – 87 с.

Укладачі: Подлевський А. А, канд. економ. наук, доцент, доцент кафедри фінансів і економічної безпеки; Скаковська С. С., канд. економ. наук, доцент кафедри фінансів і економічної безпеки.

Відповідальний за випуск: Мельник Л. В., доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів і економічної безпеки

Керівник ОПП «Креативна та цифрова культура»: проф. Залужна А. Є.

ЗМІСТ	стор.
Тема 1. Генезис та суть підприємництва	3
Тема 2. Типологія підприємництва	8
Тема 3. Механізм створення суб'єктів підприємницької діяльності	13
Тема 4. Бізнес-планування підприємницької діяльності	28
Тема 5. Підприємницький ризик	37
Тема 6. Культура і етика підприємництва	51
Тема 7. Мале підприємництво у ринковій економіці	56
Тема 8. Коопераційні зв'язки і самоорганізація підприємництва	60
Тема 9. Тіньова економіка в бізнесі	73
Тема 10. Державне регулювання інвестиційної діяльності	80
Список рекомендованої літератури	86

© А. А. Подлевський, С. С.
Скаковська, 2023
© НУВГП, 2023

ТЕМА 1. ГЕНЕЗИС ТА СУТЬ ПІДПРИЄМНИЦТВА

1.1. Історичний розвиток підприємництва

1.2. Суть підприємництва

1.3. Передумови та принципи здійснення підприємницької діяльності

1.4. Соціально-економічна роль і значення підприємництва в ринковій економіці

1.1. Історичний розвиток підприємництва

У Європі слово «підприємець» відомо з середніх років. Так називали організаторів парадів, різних музичних вистав, а також керівників виробничих і будівельних проєктів. Керівник такого проєкту нічим не ризикував, тому що керував усіма роботами, використовуючи надані йому ресурси. Такими "підприємцями" були, як правило, духовні особи, яким доручали виконання великих будівельних проєктів (громадських будівель, мостів, соборів).

Підприємництво у середні віки полягало у керівництві широкомасштабними і суспільно значущими роботами, пов'язаними з розпорядженням громадським майном. Вони були енергійними, ініціативними і ці їх риси є типовими для сприйняття підприємництва на початкових етапах його існування.

У XVII ст. до цієї риси додається риса відповідальності з усіма відповідними наслідками. Тепер підприємець стає особою, як укладає з державою контракт на виконання робіт або поставку товарів. Вартість контракту визначалася при його укладанні і тому розміри прибутків і збитків залежали від успішної роботи підприємця, якщо йому вдавалося виконати роботи з меншими витратами.

У подальшому особа підприємця виникає при поясненні джерел економічного зростання і характеру отримання прибутків.

У XVIII ст. відбулося нове розмежування понять: власник капіталу і підприємницькі функції. Передумовою цього розмежування була індустріальна революція, яка виділила в

окремі функції роль підприємця і власника капіталу. Тепер підприємець – це особа, здатна до передбачення, бере на себе усі ризики і його дії спрямовані на отримання прибутку.

Англійський економіст Річард Кантільон у 1725 р. розробив одну з перших концепцій підприємництва. Він є батьком підприємництва, і під ним він розумів особу, яка діє в умовах ризику.

Теорію підприємництва розвинув Бодо. У 1797 р. він поєднує категорію ризику з категорією відповідальності шляхом застосування планування, контролю, організації і володіння підприємством у процесі підприємницької діяльності.

У 1803 р. Жан Батист Сей, ґрунтуючись на положеннях концепції Кантільона, включив підприємця у виробничий процес. Підприємець, згідно з твердженням Ж. Б. Сея, виступав у якості управлінця і координатора факторів виробництва, що за свої кошти і на власний ризик здійснює виробництво певного товару.

Інший представник класичної економічної теорії Дж. С. Міль підкреслював, що головними функціями підприємця є функції керівника, який контролює і наглядає за виробництвом і бере на себе усі ризики.

Лише у середині ХХ ст. склалося сучасне поняття підприємництва. Найбільш ґрунтовне визначення цього поняття належить Й. Шумпетер. У центрі економічного дослідження знаходиться підприємець, чия діяльність сприяє переходу економіки з одного рівноважного стану до іншого. Головними рисами підприємця Шумпетер вважає здійснення таких функцій: виготовлення нового блага і зміну структури діяльності. Завданням підприємця є «свідоме руйнування», а функціональна роль підприємця полягає у здійсненні нових комбінацій, тобто отримання чогось іншого, що відрізняється від попереднього. Шумпетер вперше розглядав підприємця як суб'єкта спеціального самостійного аналізу. Його теорія ґрунтується на принципі підприємництва, тобто активності підприємця як новатора, який не пристосовується до економічної кон'юнктури, а розгойдує і дезорганізує

економічну систему, але одночасно вирішує її численні колізії між традиційною і нетрадиційною поведінкою. Ця теорія сьогодні є базовою для визначення поняття підприємств.

Розглянувши еволюцію підприємництва, ми можемо виділити такі головні його риси: ініціатива, ризик, відповідальність, планування, організація, контроль, свобода розпорядження коштами, пошук нових ефективних рішень.

1.2. Суть підприємництва

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

Базовий елемент підприємництва – ініціативна творча праця людини-новатора (рис. 1.1.).

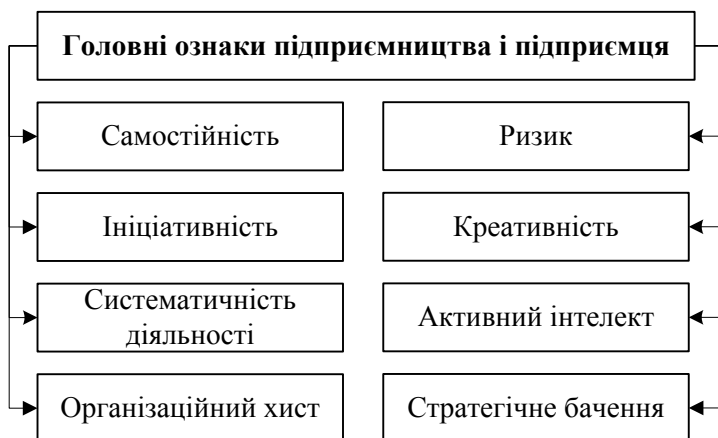


Рис.1.1. Головні ознаки підприємництва

Підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, не заборонену законодавством.

1.3. Передумови та принципи здійснення підприємницької діяльності

Підприємництво здійснюється на основі наступних принципів:

1) вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;

2) самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виготовляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законодавством, встановлення цін на продукцію та послуги;

3) вільного найму підприємцем працівників;

4) комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;

5) вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законодавством;

б) самостійного здійснення підприємцем зовнішньо-економічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

1.4. Соціально-економічна роль і значення підприємництва в ринковій економіці

Сутність підприємництва розкривається також, виходячи з тієї ролі, яку воно відіграє в суспільстві. Оскільки це поняття багатоаспектне, то кожна з його граней займає своє місце. Отже, *роль підприємництва* полягає насамперед в тому, що воно виступає *каталізатором економічного розвитку*. Зміни в структурі економіки, зростання конкуренції стимулюють інвестиційну діяльність, а також створення нових підприємств. Інвестиції, у свою чергу, сприяють зростанню як сукупного попиту, так і пропозиції. Отже, створення нових підприємств одночасно означає і зростання попиту на матеріально трудові ресурси, і зростання ринку нових товарів, тобто сприяє прискоренню темпів економічного розвитку суспільства в цілому.

При переході до ринкової економіки **роль підприємництва як стимулюючого фактора виробництва** є незаперечною і найефективніше спрацьовує за наявності приватної власності на засоби виробництва. Підприємець наповнює економічним змістом власне виробництво, що стає перспективою для всього трудового колективу у вирішенні його життєвих потреб. Реалізація задумів, передбачених бізнес-планом та бізнес-проектами, сприяє нагромадженню капіталу, і, відповідно, стає передумовою розширення виробництва, підвищення його ефективності.

Разом з тим створення нових підприємств дає змогу значно збільшити кількість робочих місць, тобто сприяє вирішенню такої важливої проблеми, як підвищення рівня зайнятості працездатного населення шляхом розширення ринку праці.

Підприємництво зумовлює зміни у структурі економіки, і це впливає з інноваційної моделі поведінки підприємця. За сутністю підприємець зорієнтований на розвиток сучасних і перспективних напрямів господарювання, віддача від яких обіцяє перевищити середні показники економіки в цілому. Прагнення до комерціалізації нововведень і швидка реакція на потреби ринку дають імпульс для розвитку наукомісткого виробництва. Підприємець таким чином закладає фундамент для майбутніх прогресивних зрушень в економіці.

Розвиток підприємництва сприяє розвитку конкуренції, хоч цей процес взаємопов'язаний. Підприємець стимулює господарську активність, змушує великі негнучкі фірми швидше обновляти й модернізувати свою продукцію та матеріально-технічну базу підприємства.

Роль підприємництва відслідковується **в стимулюванні підприємств раціонально використовувати ресурси**, оскільки діяльність підприємця завжди пов'язана з ризиком, що змушує глибоко продумувати альтернативні варіанти ефективного господарювання й прийняття оптимальних рішень.

І в психологічному плані підприємництво забезпечує високі стимули до праці через усвідомлення свободи у своїй діяльності й одержання особистої вигоди та інтересу, а також через самоутвердження в суспільстві.

Саме підприємницький інтерес як основа відносин ініціативи суб'єкта підприємницької діяльності є внутрішнім чинником мотиваційного механізму всієї діяльності підприємця, який визначає зміст і спрямованість його функціонування. Підприємницький інтерес фіксує всі основні характеристики майбутньої ініціативи, що виявляється через взаємовідносини суб'єкта підприємницької діяльності з іншими суб'єктами ринкового середовища.

ТЕМА 2. ТИПОЛОГІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 2.1. Види та форми підприємницької діяльності**
- 2.2. Виробнича підприємницька діяльність та її форми**
- 2.3. Посередницька підприємницька діяльність.**
- 2.4. Підприємництво у сфері надання фінансових послуг**
- 2.5. Підприємство як основна організаційна структура підприємницької діяльності**

2.1. Види та форми підприємницької діяльності

Підприємництво як форма ініціативної діяльності, спрямованої на отримання прибутку, може здійснюватись у двох основних напрямках:

- шляхом здійснення безпосередньо виробничих функцій (виробництво товару, продукту, послуги);
- шляхом здійснення посередницьких функцій (надання послуг, пов'язаних з просуванням товару від виробника до споживача).

Усе різноманіття підприємницької діяльності може бути класифіковане за різними ознаками:

1. За формами власності (приватні, державні, комунальні).
2. За кількістю власників (індивідуальні, колективні).
3. За розмірами (малі, середні, великі).
4. За характером діяльності (виробничі, комерційні, посередницькі, фінансові, страхові, консультативні).

Форми підприємництва. Їх можна підрозділити на організаційно-правові та організаційно-економічні.

Організаційно-правові:

- товариства;
- кооперативи.

Організаційно-економічні:

- концерни;
- асоціації;
- консорціуми;
- синдикати;
- картелі;
- фінансово-промислові групи.

2.2. Виробнича підприємницька діяльність та її форми

Виробниче підприємництво можна назвати провідним видом підприємництва. Тут здійснюється виробництво продукції, надання послуг. Проте саме ця сфера діяльності при переході до ринкової економіки зазнала найбільш негативних змін: розпались господарські зв'язки, порушилось матеріально-технічне забезпечення, різко знизився збут продукції, погіршилось фінансове становище підприємств.

Етапи виробничого підприємництва:

- обґрунтування ідеї виробництва конкретного товару чи надання конкретних видів послуг;
- маркетингова діяльність (виявлення попиту на товар);
- визначення потреби у фінансових ресурсах;
- придбання чи оренда факторів виробництва;
- реалізація продукції, робіт, послуг;
- визначення результативності виробничої діяльності.

Основними формами виробничого підприємництва є *традиціоналістичне* – це виробництво та пропозиція традиційних товарів та *інноваційне* – виробництво нових, не існуючих раніше товарів з принципово новими характеристиками, особливостями та сферами використання.

2.3. Посередницька підприємницька діяльність.

Найбільшого розвитку в перші роки переходу до ринкових відносин набуло *комерційне підприємництво*. Воно характеризується операціями та угодами щодо закупівлі й продажу товарів та послуг. Тут швидше можна отримати

віддачу. Ця сфера, багато в чому обмежена раніше, стала бурхливо розвиватись головним чином як приватне, індивідуальне підприємництво. До комерційного підприємництва належить підприємництво у сфері торгівлі та посередницьке підприємництво. До підприємництва у сфері торгівлі належать:

1. Торговельне.
2. Торговельно-закупівельне.
3. Торговельно-посередницьке.
4. Товарні біржі.

2.4. Підприємництво у сфері надання фінансових послуг

Посередництво – це вид підприємницької діяльності, за якого підприємець представляє на ринку інтереси виробники; і споживачів, а не свої власні.

Основні форми посередництва:

- агентування;
- акціонування;
- біржове посередництво.

Види посередників: агенти, брокери, дистриб'ютори, дилери, торгові маклери, аукціоністи.

Особливим видом підприємницької діяльності є *фінансове підприємництво*. Сфера його діяльності - утворення, обмін вартостей. Фінансова діяльність проникає й у виробничу та комерційну сфери, проте вона може бути й самостійною - банківська, страхова справа, аудиторські, фондові біржі.

2.5. Підприємство як основна організаційна структура підприємницької діяльності

В умовах ринкових відносин центр економічної діяльності переміщується до *основної ланки* всієї економіки – *підприємства*. Саме на цьому рівні створюється потрібна суспільству продукція, надаються необхідні послуги. Тут вирішуються питання економного витрачання ресурсів, застосування високопродуктивної техніки, технології.

Підприємство – це самостійно господарюючий суб'єкт, створений підприємцем або об'єднання підприємців для

виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг з метою задоволення суспільних потреб й отримання прибутку.

Для діяльності підприємств у ринкових умовах виключно важливою є їх чітка й повна класифікація (табл. 2.1).

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 фонді** підприємства іноземна інвестиція становить не менше як десять відсотків, воно визнається підприємством з іноземними інвестиціями. Підприємство, в статутному фонді якого іноземна інвестиція становить сто відсотків, вважається іноземним підприємством.

Залежно від способу утворення (заснування) та формування статутного фонду в Україні діють підприємства унітарні та корпоративні.

Підприємства **залежно від кількості працюючих** та обсягу валового доходу від реалізації продукції за рік можуть бути віднесені до малих, середніх або великих підприємств.

Підприємство самостійно визначає свою організаційну структуру, встановлює чисельність працівників і штатний розпис. Закон України «Господарський кодекс України» створює рівні правові умови для діяльності підприємств незалежно від форм власності й організаційної форми підприємства.

Таблиця 2.1

Організаційно-правові форми підприємств

Організаційно – правова форма	Сутність характеристика	Організаційно – економічні та соціальні	
		переваги	недоліки
Одноосібне володіння	Підприємство (володіння), власником якого є фізична особа як родина	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Простота заснування ✓ Повна самостійність, свобода та оперативність дій ✓ Максимально можливі спонукальні мотиви до ефективного господарювання ✓ Збереження комерційної таємниці 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Труднощі із залученням великих інвестицій та одержанням кредитів ✓ Повна відповідальність за борги ✓ Брак спеціалізованого менеджменту ✓ Невизначеність терміну функціонування
Господарське товариство (партнерство)	Об'єднання власників капіталів кількох фізичних або юридичних осіб за умов: <ul style="list-style-type: none"> - рівного розподілу ризику і прибутку - спільного контролю результатів бізнесу - безпосередньої участі в діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ширші можливості для ефективної діяльності ✓ Збільшення фінансової незалежності та дієздатності ✓ Більша свобода дій і виваженість управлінських рішень ✓ Можливість залучення до управління товариством професійних менеджерів 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Загроза окремим партнерам через солідарну відповідальність ✓ Можливість банкрутства через професійну некомпетентність одного з партнерів ✓ Збільшення ймовірності господарського ризику через недостатню передбачуваність процесу і результатів діяльності
Корпораційне (акціонерне товариство)	Підприємство, власником якого є акціонерні, що несуть обмежену відповідальність (у розмірі свого внеску а акціонерний капітал), але розпоряджаються прибутком через участь у загальних зборах акціонерів	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Реальна можливість залучення необхідних інвестиційних ресурсів ✓ Більша здатність до нарощування обсягів виробництва(послуг) ✓ Наявність лише обмеженої відповідальності акціонерів ✓ Тривалість функціонування 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Наявність розбіжностей між правами власності та функцією контролю діяльності ✓ Сплата більших податків через оподаткування спочатку прибутку, а потім одержаних дивідендів ✓ Існування потенційних можливостей для зловживання із боку посадових осіб

ТЕМА 3. МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

3.1. Підприємницька ідея, її джерела та методи пошуку

3.2. Вибір типу підприємства та обґрунтування цілей підприємницької діяльності

3.3. Організація процесу створення і реєстрації нового підприємства

3.4. Засновницькі документи та їх підготовка

3.5. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

3.6. Припинення діяльності підприємницьких структур

3.1. Підприємницька ідея, її джерела та методи пошуку

Підприємництво розглядається як певний вид діяльності, тобто процес, який вимагає послідовного виконання логічно взаємопов'язаних стадій та етапів (таблиця 3.1). В основі цього процесу лежить ідея, з якої починається кожна нова справа.

Кожне рішення приймається, виходячи з конкретної ситуації, проте є дещо загальне для всіх, що складається з таких моментів:

- бажання створити власну справу, стати самому господарем;
- відмова від попереднього способу життя;
- впевненість у тому, що це - заняття престижне й достойне;
- можливість створити власну справу (наявність коштів, умов);
- впевненість у тому, що прийняте рішення цілком реальне й для цього існують всі необхідні зовнішні та внутрішні передумови.

Відправною точкою, з якої починається власна справа, є ідея, яка береться за її основу. У практиці бізнесу ідея виступає вихідним пунктом підприємницької діяльності.

Таблиця 3.1

Етапи та стадії підприємницького процесу

I етап. Ідея		Критерії оцінки ідеї: перспективність, потенційна цінність, корисність, реальність виконання
II етап. Механізм реалізації ідеї	Вид діяльності	За фазами відтворення: виробнича, комерційна та фінансова діяльність
	Організаційно-правова форма підприємництва	Приватне підприємництво; колективне; товариство; об'єднання підприємств
	Державна реєстрація	Набуття статусу суб'єкта підприємництва
	Спосіб входження в бізнес	Створення нового підприємства через систему франчайзингу або купівлі існуючого підприємства
	Бізнес-план	Розкривається сутність підприємницької ідеї через основні характеристики бізнесу (виробничі, організаційні, фінансові)
	Безпосередня організація діяльності	Поєднання в просторі й часі всіх факторів підприємницького процесу
III етап. Припинення діяльності		Скасування державної реєстрації і позбавлення статусу юридичної особи

Джерел нових ідей існує дуже багато: публікації, думки бізнесменів, працівників торгівлі, відгуки споживачів, продукція, що випускається конкурентами, науково-дослідні розробки, парламенти та уряди. Власні або запозичені результати досліджень і розробок є чи не найбільш плідотворним джерелом нових ідей щодо бізнесової діяльності.

Важливо, щоб ідея відповідала здібностям людини, особистим цілісним установам.

Оцінювання нової ідеї має бути комплексним, тобто ідею варто розглядати з різних поглядів:

- рівня конкуренції на ринку відповідних товарів і послуг;
- наявності споживачів та знання їхніх потреб зараз і в майбутньому;
- виробничих можливостей фірми щодо продукування тих

або інших необхідних ринку товарів;

- реальних можливостей, залучення фінансових коштів (за необхідності – іноземних інвестицій);

- стабільності та гнучкості чинного законодавства в галузі господарювання підприємців;

- компетентності, досвіду й управлінських здібностей бізнесменів тощо

Основні **методи** творчого (евристичного) пошуку підприємницької ідеї:

1. Методи індивідуального творчого пошуку:

- метод аналогії – використання чогось подібного до вже відомого рішення;

- метод інверсії – специфічний метод, що передбачає такі підходи до вирішення нової проблеми як перевернути «догори ногами»; «ввернути» на протилежний бік; поміняти місцями тощо;

- метод ідеалізації базується на ініціюванні уявлення про ідеальне вирішення проблеми, що може «наштовхнути» на усвідомлення якоїсь нової ідеї.

2. Методи колективного пошуку:

- метод «мозкового» штурму – творча співпраця певної групи спеціалістів заради вирішення проблеми за допомогою, наприклад, проведення дискусії з конкретного кола питань;

- метод конференції ідей – відрізняється від попереднього методу допусканням доброзичливої критики у формі репліки або коментаря;

- метод колективного блокнота – поєднує індивідуальне висунення ідеї з колективною її оцінкою.

3. Методи активізації пошуку:

- метод контрольних запитань – вирішення обговорюваної проблеми з допомогою певних запитань, що мають стимулювати власні міркування щодо висунутої нової ідеї;

- метод фокальних об'єктів – перенесення ознак випадково вибраних об'єктів на об'єкт, що потребує вдосконалення;

- метод морфологічного аналізу – заснований на використанні комбінаторики, тобто дослідженні всіх можливих варіантів, виходячи з закономірностей будови (морфології)

об'єкта, що підлягає вивченню й аналізу.

Розпочати власну справу можна кількома шляхами:

- 1) організувати індивідуальне підприємство з правом юридичної особи чи без такого права;
- 2) створити приватне чи сімейне підприємство;
- 3) стати засновником або учасником повного, змішаного, з обмеженою відповідальністю, акціонерного товариства;
- 4) купити існуюче підприємство.

3.2. Вибір типу підприємства та обґрунтування цілей підприємницької діяльності

При створенні нового підприємства виникає необхідність вибрати тип підприємства. Виділяють два типи підприємства:

- самокерована фірма (підприємство) – це такий тип підприємницьких структур, де рішення щодо діяльності підприємства приймаються на колективній основі;
- підприємницька фірма (підприємство) – підприємець сам виконує функцію одноосібного прийняття рішень.

Приймаючи рішення про вибір тієї або іншої організаційно-правової форми, підприємець передусім повинен:

1) визначити потрібний йому рівень і обсяг можливих прав і обов'язків, що залежить від профілю та змісту майбутньої підприємницької діяльності, можливого кола партнерів, співвідношення найбільш доцільної форми організації підприємництва і можливостей, що надаються чинним законодавством.

2) вирішити питання про форму створення статутного фонду заснованого підприємства.

3) ретельно зважити і вибрати найбільш ефективну форму організаційної побудови підприємства, яке бажано створити, і схему управління останнім, спираючись на зарубіжний та вітчизняний досвід підприємницької діяльності.

Відповідно до закону «Про підприємства в Україні» можна заснувати:

- приватне індивідуальне (сімейне) підприємство;
- товариство з обмеженою відповідальністю (акціонерне товариство закритого типу);

– акціонерне товариство відкритого типу.

Крім цього закон дозволяє створення повного і змішаного (командитного) товариств, а також об'єднань підприємств.

При створенні (заснуванні) підприємницької структури мають бути визначені конкретні цілі їхньої діяльності, тобто кінцевий стан господарювання, якого фірма сподівається досягти на певний моменту в майбутньому.

Особиста мета підприємця може зводитись до бажання:

- 1) отримувати якомога більше грошей;
- 2) працювати творчо;
- 3) почувати себе комфортно;
- 4) привести у рівновагу складові елементи життя—власні кар'єру і сім'ю, друзів тощо;
- 5) домогтись того, щоб колеги визнали його професіоналом, знавцем у вибраній сфері підприємницької діяльності.

Цілі 1–3 мають загальний характер і властиві будь-якому підприємцю, цілі 4–5 відображають особисті нахили бізнесмена.

3.3. Організація процесу створення і реєстрації нового підприємства

Однією з головних умов діяльності суб'єктів підприємництва є їх державна реєстрація.

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців — це засвідчення факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, а також вчинення інших реєстраційних дій шляхом внесення відповідних записів до Єдиного державного реєстру.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців це автоматизована система збирання, накопичення, захисту, обліку та надання інформації про юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Порядок проведення державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців включає:

- 1) перевірку комплектності документів, які подаються державному реєстратору та повноти відомостей, що вказані в

реєстраційній картці;

2) перевірку документів, які подаються державному реєстратору, на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації;

3) внесення відомостей про юридичну особу або фізичну особу-підприємців до Єдиного державного реєстру;

4) оформлення і видачу свідоцтва про державну реєстрацію та виписки з Єдиного державного реєстру.

Свідоцтво про державну реєстрацію — документ встановленого зразка, який засвідчує факт внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію юридичної особи або фізичної особи-підприємця.

Державний реєстратор - посадова особа, яка здійснює державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців.

Зміни до установчих документів юридичної особи, а також зміна прізвища, імені, по-батькові або місця проживання фізичної особи-підприємця підлягають обов'язковій державній реєстрації шляхом внесення відповідних змін до записів Єдиного державного реєстру.

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців проводиться державним реєстратором виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній державній адміністрації інших населених пунктів за місцезнаходженням юридичної особи або за місцем проживання фізичної особи-підприємця. Законодавством окремо виділені міста Київ і Севастополь, в яких державна реєстрація суб'єктів здійснюється у районній державній адміністрації.

Для проведення державної реєстрації юридичної особи засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) **такі документи:**

1) заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи;

2) копію рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи у випадках, передбачених законодавством;

- 3) два примірники установчих документів;
- 4) рішення Антимонопольного комітету України про згоду на створення, реорганізацію (злиття, приєднання) суб'єктів господарювання у випадках, передбачених законодавством;
- 5) документ (документи), що засвідчує сплату засновником (засновниками) внеску до статутного фонду суб'єкта господарювання в розмірі, встановленому законодавством;
- 6) документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи.

Згідно Господарського кодексу державна реєстрація суб'єктів господарювання здійснюється у строк *не більше десяти днів з дня подання документів*, а Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», що набрав чинності з 1 липня 2004 року, передбачено, що строк державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати *три робочих дні*, а фізичної особи-підприємця - *два робочих дні* з дати надходження документів для проведення державної реєстрації.

Разом з тим, з *16.10.2015 р.* вступили у дію накази Міністерства юстиції та Міністерства фінансів про електронний онлайн обмін інформацією між відомствами. Це дозволить зробити електронну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності за 24 години.

Етапи роботи із реєстраційним порталом описані на офіційному сайті мін'юсту. Треба увійти в розділ "Електронні сервіси", далі натиснути кнопку "Реєстрація юридичної особи або фізичної особи-підприємця".

Схема кроків реєстрації:

1. Отримати ЕЦП (електронний цифровий підпис).
2. Зареєструватись в системі.
3. Увійти в приватний кабінет.
4. Створити заяву.
5. Підписати заяву ЕЦП.
6. Відправити заяву.
7. Перевірити стан розгляду заяви.
8. Отримати електронний або паперовий документ.

У правому верхньому куті сайту, коли на екрані бачите цю схему, є також кнопки "Реєстрація", "Вхід" і "Відновлення доступу". Якщо ви вперше реєструєтесь – потрібна перша кнопка.

Зверніть увагу, що для реєстрації вимагається встановлення програми Silverlight від Microsoft, яку безкоштовно запропонує реєстраційний портал. Далі потрібно слідувати за підказками.

Реєструючий орган зобов'язаний протягом зазначеного терміну видати суб'єкту господарювання свідоцтво про його державну реєстрацію.

У бланку свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи зазначаються:

- 1) найменування юридичної особи;
- 2) ідентифікаційний код Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України
- 3) місцезнаходження юридичної особи;
- 4) місце проведення державної реєстрації;
- 5) дата проведення державної реєстрації;
- 6) прізвище та ініціали державного реєстратора.

У бланку свідоцтва про державну реєстрацію фізичної особи-підприємця зазначаються:

- 1) прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи-підприємця;
- 2) ідентифікаційний номер фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів;
- 3) місце проживання фізичної особи-підприємця;
- 4) дата проведення державної реєстрації;
- 5) місце проведення державної реєстрації;
- 6) прізвище та ініціали державного реєстратора.

Свідоцтво про державну реєстрацію підписується державним реєстратором та засвідчується його печаткою.

3.4. Засновницькі документи та їх підготовка

До основних засновницьких документів, які підтверджують статус юридичних осіб, належать **статут** та **засновницький договір**. Створення будь-яких підприємницьких структур без цих документів неможливе. І незважаючи на те, що для одних, тобто тих, хто буде створювати індивідуальні, приватні фірми

необхідним документом є статут підприємства, для других - повного, командитного товариства - засновницький договір, а для третіх - акціонерних, товариств з обмеженою відповідальністю та різних об'єднань підприємств - треба мати і той, і інші документи, процедура та механізм їхньої організації мало чим відрізняються.

Статут та засновницький договір підприємств, фірм мають самостійне значення й однакову юридичну силу, тому повинні підтверджуватись і змінюватись в одному й тому ж порядку. Вони не повинні дублювати один одного, хоча найбільш принципові положення слід формулювати ідентично.

Створення підприємства внаслідок виокремлення структурних підрозділів має здійснюватись з дотриманням таких умов:

- наявність рішення трудового колективу структурного підрозділу про створення малого підприємства та його вихід зі складу діючого підприємства;
- згода власника майна структурного підрозділу;
- виконання раніше взятих підприємством (об'єднанням) договірних зобов'язань.

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

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 їх вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, а також порядок його реорганізації та ліквідації.

Основні його розділи такі:

- предмет договору;
- зобов'язання;
- права і відповідальність;
- порядок розв'язання суперечок;

- розмір статутного фонду;
- юридична адреса.

Статут підприємства розробляють і затверджують його засновники. Він є юридичним документом, що визначає діяльність підприємства. У статуті наводиться повна характеристика всіх напрямків діяльності підприємства:

- мета і основні завдання;
- правова основа діяльності;
- перелік майна і коштів;
- взаємовідношення з бюджетом;
- формування і розподіл доходу (прибутку);
- управління підприємством;
- реорганізація і припинення діяльності підприємства.

У статуті також визначаються: вид підприємства, його повна назва, місцезнаходження, товарний знак тощо.

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

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

Для малого підприємства у формі акціонерного товариства ЗУ «Про господарські товариства» передбачені обов'язкові вимоги до змісту документів про заснування. До таких вимог належать відомості про:

- вид товариства;
- предмет і мету діяльності;
- склад засновників і учасників (членів);
- повну назву і місцезнаходження;
- розмір і порядок формування статутного фонду товариства;
- порядок розподілу доходів і збитків;
- склад і компетенцію органів управління;
- порядок прийняття рішень щодо внесення змін у документи про заснування, а також про ліквідацію або реорганізацію товариства.

У документах про заснування товариства з обмеженою відповідальністю крім відомостей, що є однаковими для обох видів товариств, необхідно додавати інформацію про розмір частки кожного з учасників, про розмір, склад та порядок вкладення ними (учасниками) внесків.

У документах обох *видів товариств відображається порядок* участі акціонерів в управлінні, внесення додаткових коштів, розподіл прибутку, величина резервного фонду

При створенні у процесі приватизації або корпоратизації відкритих акціонерних товариств повинен також бути поданий *звіт про наслідки підписки на акції*, затверджений Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

3.5. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

Ліцензування — видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

Ліцензія - документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку за умови виконання ліцензійних умов.

Для одержання ліцензій кожний вид діяльності суб'єкт господарювання подає в орган, що видає ліцензії, заяву встановленої форми. **У заяві зазначаються:**

- 1) відомості про суб'єкта господарювання - заявника:
 - найменування, місцезнаходження, банківські реквізити, ідентифікаційний код - для юридичної особи;
 - прізвище, ім'я, по-батькові, паспортні дані (серія, номер паспорта, ким і коли виданий, місце проживання), ідентифікаційний номер фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів - для фізичної особи;
- 2) вид господарської діяльності, на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію.

У разі наявності у заявника філій, інших відокремлених підрозділів, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої ліцензії, у заяві зазначається їх місцезнаходження.

До заяви про видачу ліцензії додається копія свідоцтва про державну реєстрацію суб'єкта підприємницької діяльності або копія довідки про внесення до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, засвідчена нотаріально або органом, який видав оригінал документа.

Заява про видачу ліцензії та документи, що додаються до неї, приймаються за описом, копія якого видається заявнику з відміткою про дату прийняття документів органом ліцензування та підписом відповідальної особи.

Заява про видачу ліцензії залишається без розгляду, якщо:

– заява подана (підписана) особою, яка не має на це повноважень;

– документи оформлені з порушенням вимог законодавства.

Після усунення причин, що були підставою для винесення рішення про залишення заяви про видачу ліцензії без розгляду, заявник може повторно подати заяву про видачу ліцензії.

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову у її видачі у строк не пізніше ніж ***десять робочих днів*** з дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, що додаються до заяви, якщо спеціальним законом, що регулює відносини у певних сферах господарської діяльності, не передбачений інший строк видачі ліцензії на окремі види діяльності.

Повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії або про відмову у видачі ліцензії надсилається (видається) заявникові в письмовій формі протягом ***трьох робочих днів*** з дати прийняття відповідного рішення. У рішенні про відмову у видачі ліцензії зазначаються підстави такої відмови.

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

1) недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії;

2) невідповідність заявника згідно з поданими

документами ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про видачу ліцензії.

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі виявлення недостовірних даних у документах, поданих заявником про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії ***не раніше ніж через три місяці*** з дати прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії.

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі невідповідності заявника ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, вказаного в заяві про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії після усунення причин, що стали підставою для відмови у видачі ліцензії.

До видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, відносяться:

- видобування уранових руд;
- видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння;
- постачання природного газу за регульованим та нерегульованим тарифом;
- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, встановлюваний ліцензійними умовами;
- надання послуг радіозв'язку (з використанням радіочастот).

На території України органи ліцензування використовують бланки ліцензії єдиного зразка, які є документами суворої звітності, мають облікову серію і номер.

У ліцензії зазначаються:

- найменування органу ліцензування, що видав ліцензію;
- вид господарської діяльності;
- найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи-суб'єкта підприємницької діяльності;
- ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи-платника податків та інших обов'язкових платежів;

- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи - суб'єкта підприємницької діяльності;
- дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії;
- строк дії ліцензії;
- посада, прізвище та ініціали особи, яка підписала ліцензію;
- дата видачі ліцензії;
- наявність додатка (із зазначенням кількості сторінок).

Ліцензія підписується керівником органу ліцензування або його заступником та засвідчується печаткою цього органу.

Верховна Рада України на позачерговому засіданні 02.03.2015 прийняла Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» (далі – Закон). Прийняття Закону було умовою Міжнародного валютного фонду для надання Україні фінансової допомоги. З прийняттям Закону **кількість видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню, скоротилась з 56 до 29**, значно спростився порядок отримання ліцензій, що спричинено запровадженням сучасних електронних технологій. Серед видів господарської діяльності, які тепер не підлягають ліцензуванню: торгівля пестицидами та агрохімікатами, митна та брокерська діяльність, заготівля та переробка металобрухту, торгівля рідким паливом з біомаси та біогазом, охоронна діяльність та ще 9 інших видів діяльності.

Новим є необов'язковість оформлення ліцензії, як документа у паперовому вигляді (зокрема її дублікатів та копій) – суб'єкт господарювання сам визначає: чи отримати йому ліцензію на бланку, чи достатньо наявності інформації в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб і фізичних осіб підприємців про видану йому ліцензію.

Законом встановлюється безстроковість дії ліцензії для всіх видів господарської діяльності, до того ж розмір державного мита зберігається на тому самому рівні і становитиме еквівалент однієї мінімальної заробітної плати.

Законодавці значно спростили відносини підприємців з державою. Суб'єкт господарювання, який збирається отримати

ліцензію може подавати документи до органу ліцензування і отримувати від нього документи в електронному вигляді.

Такі новації дадуть змогу подолати корупцію в сфері ліцензування на місцях, обмеживши контакти підприємців з державними органами.

Патентування – затвердження документом – торговим патентом права суб'єкта господарювання на те, щоб займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку. Регламентується Податковим кодексом України від 02.12.2010, № 2755-VI (стаття 267). Здійснюється, шляхом видачі відповідного державного свідоцтва – патенту. Патентування певних видів господарської діяльності є засобом державного регулювання у сфері господарювання. Патентування здійснюється у сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а рівно з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), обміном готівкових валютних цінностей (у тому числі операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг, інших сферах, визначених законом. Існують такі види торгового патенту: на право провадження торговельної діяльності; на право надання побутових послуг; на право обміну готівкових валютних цінностей; короткотерміновий; спеціальний; пільговий.

Патенти займають окреме місце, тому що їх наявність дозволяє власнику займатися наданням побутових послуг, обміном валюти, гральним бізнесом, здійснювати підприємницьку діяльність без створення юридичної особи. Окрім цього наявність патенту засвідчує право особи на винахід, корисну модель, промисловий зразок і сорт рослин.

Існуючі патенти поділяються (до 01.01.2015р.) на три групи:

- патенти на право здійснення торговельної діяльності;
- патенти на право інтелектуальної власності;
- інші патенти.

З 1 січня 2015 року торгові патенти законодавчо скасовані.

3.6. Припинення діяльності підприємницьких структур

Припинення діяльності підприємницьких структур здійснюється двома шляхами:

- шляхом реорганізації;
- шляхом ліквідації.

Підприємства можуть припинити свою діяльність не тільки тому, що вони нерентабельні, й у разі зміни форми функціонування, об'єднуючись з яким-небудь іншим підприємством, або розділу майна та виходу з великого підприємства.

Підприємство реорганізується у разі:

- приєднання одного підприємства до іншого;
- злиття підприємства з іншим підприємством та утворення нового підприємства;
- розділу підприємства;
- виділення з підприємства одного чи декількох нових підприємств;
- перетворення одного підприємства в інше.

Ліквідація підприємства здійснюється ліквідаційною комісією, яка створюється власником, а в разі банкрутства - судом.

Діяльність підприємця припиняється:

- із власної ініціативи;
- на підставі рішення суду або господарського суду у випадках, передбачених законодавством України;
- у разі закінчення строку дії ліцензії або її анулювання.

ТЕМА 4. БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 1. Методологія планування підприємницької діяльності**
- 2. Суть та функції бізнес-плану**
- 3. Методологія та стадії розробки бізнес-плану**
- 4. Структура та логіка розробки бізнес-плану**

4.1. Методологія планування підприємницької діяльності

Значення планування полягає у тому, що заздалегідь визначаються шляхи, засоби і методи реалізації обраної стратегії діяльності підприємства. План - це документ, у якому на конкретний господарський період визначені завдання по економічному і соціальному розвитку підприємства.

Сутність планування складається в обґрунтуванні цілей і способів їхнього досягнення на основі виявлення комплексу завдань і робіт, а також визначення ефективних методів і способів, ресурсів усіх видів, необхідних для виконання цих задач і встановлення їхньої взаємодії.

Необхідність планування обумовлена низкою факторів:

- прагненням мінімізувати невизначеність ринкового середовища і її негативні наслідки;
- масштабом, складністю і кому;
- зростаючим значенням часу, комплексністю господарських завдань, розв'язуваних підприємством;
- обмеженістю фінансових, матеріально-технічних ресурсів і необхідністю їхнього ефективного використання;
- необхідністю пошуку оптимального вирішення поставлених завдань з урахуванням зовнішніх умов;
- створенням основ контролю.

Основні **принципи планування**: принцип спрямованості; принцип системності; принцип участі; принцип безперервності; принцип точності; принцип оптимальності формування і використання застосовуваних ресурсів.

Методи планування:

- балансовий – полягає у виявленні зв'язку між показниками плану та ресурсами для забезпечення їх виконання;
- нормативний – використовуються різні види нормативів: ціни, тарифи, ставки, відсотки, коефіцієнти;
- економіко-статистичний – передбачає проведення аналізу й використання його даних на планований період з використанням: згрупованих методів, індексів, графіків;
- програмно-цільовий – передбачає чітке визначення цілей та напрямків діяльності даного підприємства.

4.2. Суть та функції бізнес-плану

Підприємницька діяльність - це процес прийняття рішень, їхньої реалізації й оцінки результатів початих дій, план же дає основу для прийняття раціональних рішень. Важливим документом, який передуює початку діяльності підприємства, є підприємницький бізнес-план. Структура та зміст його суворо не регламентуються.

Бізнес-план – це документ, у якому описуються всі основні аспекти підприємницької діяльності, аналізуються головні проблеми, з якими може зіткнутися підприємець, та визначаються основні способи вирішення цих проблем.

Основні функції бізнес-плану наведені на рис. 4.1., а його цілі та задачі – на рис. 4.2.

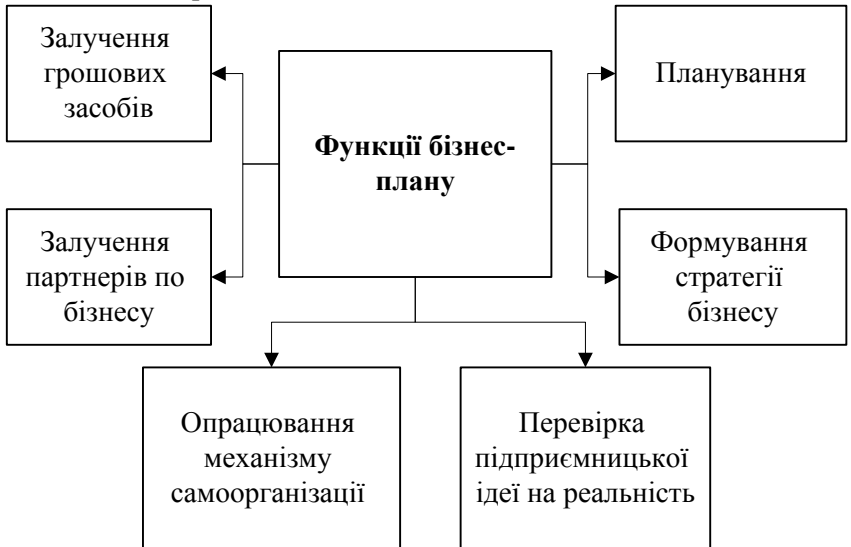


Рис. 4.1. Функції бізнес-плану

Варто також дотримуватися основних вимог до складання бізнес-плану (рис. 4.3.) – їх виконання дозволить максимально комплексно і зважено запланувати майбутній бізнес найкраще.



Рис. 4.2. Цілі та задачі бізнес-плану

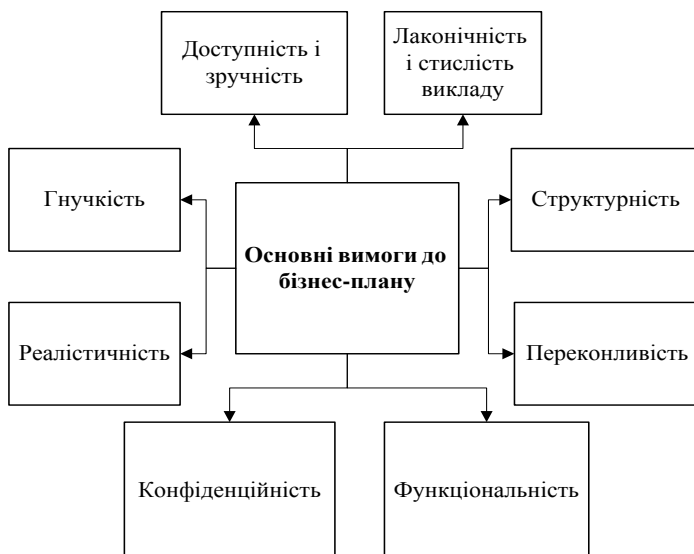


Рис.4.3. Основні вимоги до складання бізнес-плану

Цінність бізнес-плану визначається тим, що він:

- дає змогу визначити життєздатність підприємства в умовах конкуренції;
- містить орієнтири, згідно з якими бізнесмен буде діяти на етапі становлення та розвитку підприємства;
- прогнозує процеси розвитку виробництва;
- конкретизує шляхи досягнення мети й подолання перешкод;
- служить важливим елементом виробничої діяльності підприємства;
- є фактором, що стимулює інтереси потенційних інвесторів у їхніх пошуках щодо вкладення коштів та розвитку виробництва.

Основним зацікавленим користувачем бізнес-плану є, насамперед, сам інвестор – адже розробка бізнес-плану дозволить реально оцінити всі сильні і слабкі сторони майбутнього бізнесу, критично глянути на оптимістичні сценарії і уникнути можливих збитків. До інших користувачів слід віднести також партнерів, кредиторів та можливих акціонерів планованого бізнесу (рис. 4.4.).

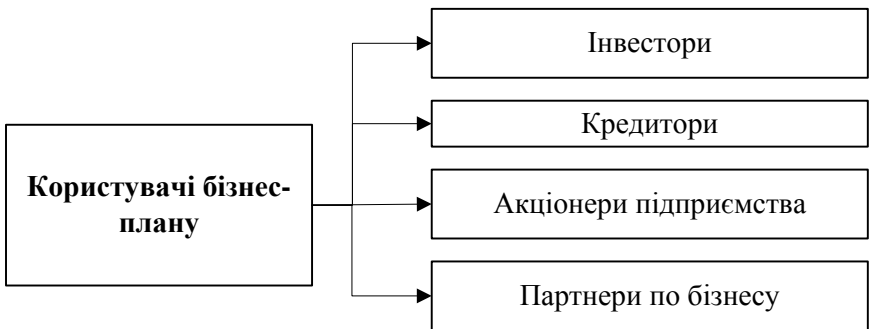


Рис.4.4. Користувачі бізнес-плану

Бізнес-план є перспективним документом і тому для оцінки підприємницької діяльності його рекомендується складати на декілька років уперед. Для першого та другого року основні показники бажано подавати в поквартальному розрізі, за

можливості – навіть у помісячному, а починаючи з третього року, можна обмежитись річними показниками.

4.3. Методологія та стадії розробки бізнес-плану

Бізнес-план складається із взаємопов'язаних стадій, серед яких виділяють: **початкову, підготовчу, основну**. Швидкість протікання, а також широкий діапазон питань, які вирішують на кожній з названих стадій, істотно впливають на якість й оперативність складання бізнес-плану, забезпечуючи таким чином ефективність планування в цілому.

Початкова стадія – починається з розробки загальної концепції, у межах якої здійснюється пошук підприємницької ідеї, вибирається сфера діяльності, обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу, приймається рішення щодо способу започаткування підприємницької діяльності.

Підготовча стадія має свою логіку побудови, тобто послідовність кроків, певний набір функціональних дій, які визначають її сутність і зміст, що дає змогу сформулювати структурно-логічну схему її протікання. Загалом, у рамках підготовчої стадії можна виділити такі ключові моменти:

- формування блоку інформаційних потреб;
- визначення місії підприємства;
- оцінка впливу зовнішнього середовища на діяльність підприємства;
- внутрішній аналіз діяльності підприємства, визначення його сильних і слабких сторін;
- визначення цілей діяльності підприємства;
- аналіз стратегічних альтернатив і вибір адекватної до цілей стратегії підприємства.

Формування інформаційних потреб для написання бізнес-плану починається із конкретизації даних, групування їх на дефіцитну та легкодоступну інформацію, внутрішню та зовнішню. Функцію збору інформації виконують всі працівники, задіяні при написанні того чи іншого розділу бізнес-плану, що вимагає чіткої координації їх дій та узгодженого плану роботи. Менеджери та бізнесмени сьогодні вважають найпоширенішою інформацію від самих підприємств

та про них (яку використовують у відповідних розділах бізнес-плану): прайс-листи, каталоги, бізнес-пропозиції, показники виробничо-фінансової діяльності та інші характеристики; аналіз галузей та маркетинг-інформацію, інформацію про приватизацію, науково-технічну інформацію, новини менеджменту та інформацію у сфері інвестицій, фінансово-кредитній системі. Однак, інформація про персонал, банківську діяльність, бізнес-новини, є дефіцитною, що пояснюється її конфіденційністю, і дуже часто шляхи пошуку подібної інформації нормативно не врегульовані.

Основна інформація включає: маркетингову, виробничу, фінансову, що відображено в табл. 4.1.

В умовах ринкової економіки інформація стає дорогим товаром, який не кожне підприємство може придбати. Тому дуже часто доводиться проявляти винахідливість і кмітливість у придбанні цінної для написання бізнес-плану інформації.

Основна стадія – має за мету довести економічну доцільність створення певного бізнесу. Ґрунтовна структура цієї стадії висвітлюється в наступному параграфі.

4. Структура та логіка розробки бізнес-плану

Склад, структура й обсяг бізнес-плану визначаються специфікою виду діяльності, розміром підприємства і метою складання, залежать від розмірів пропонованого ринку збуту, наявності конкурентів і перспектив розвитку створюваного підприємства. Не існує жорстко регламентованої форми і структури бізнес-плану.

Послідовність складання бізнес-плану полягає в дотриманні наступних дій [4]:

- ухвалення рішення про створення нового підприємства чи впровадження заходів з удосконалення діючого підприємства;
- аналіз власних можливостей і здатності взятися за реалізацію задуманого проекту;
- вибір виробу чи послуги, виробництво яких будуть метою задуманого проекту;
- дослідження можливого ринку збуту;

Таблиця 4.1

Основні інформаційні потреби для складання бізнес-плану

Інформаційна потреба	Змістове наповнення
1	2
Маркетингова інформація	Інформація про: – потенційних клієнтів; – споживачів продукту певного підприємства та їхні потреби; – технічні, експлуатаційні та споживчі якості продуктів-аналогів; – особливості просування товару; – сегментування і позиціонування на ринку.
Виробнича інформація	Інформація про: – продукт та виробничі операції; – ресурсне забезпечення виробничого процесу (сировина і матеріали); – устаткування; – виробничі потужності; – трудові ресурси і їх вартісна оцінка; – приміщення, виробничі площі; – контакти з партнерами бізнесу
Фінансова інформація	Інформація про: – фінансові показники підприємства; – величину фінансових стартових витрат; – потребу в залучених фінансових засобах і джерела її покриття; – особливості просування грошової маси; – показники кон'юнктури ринку фондових інструментів

- складання прогнозу обсягів збуту (для першого року - щомісячно, для другого - поквартально);
- вибір місця для здійснення комерційної чи виробничої діяльності;
- розробка плану виробництва;
- розробка плану маркетингу;
- розробка організаційного плану;
- розробка юридичної схеми майбутньої комерційної діяльності;

- вирішення питань організації бухгалтерського обліку;
- вирішення питань страхування;
- розробка фінансового плану;
- написання резюме до бізнес-плану.

У загальному вигляді бізнес-план містить такі **розділи**:

Резюме.

1. Опис підприємства, товарів та послуг, які воно пропонує.

2. Дослідження й аналіз ринку.

3. План маркетингу.

4. Інвестиційний план.

5. Організаційний план.

6. Виробничий план.

7. Оцінка ризику й страхування.

8. Інша інформація.

Загалом на структуру бізнес-плану впливають чимало факторів (див. рис. 4.5):

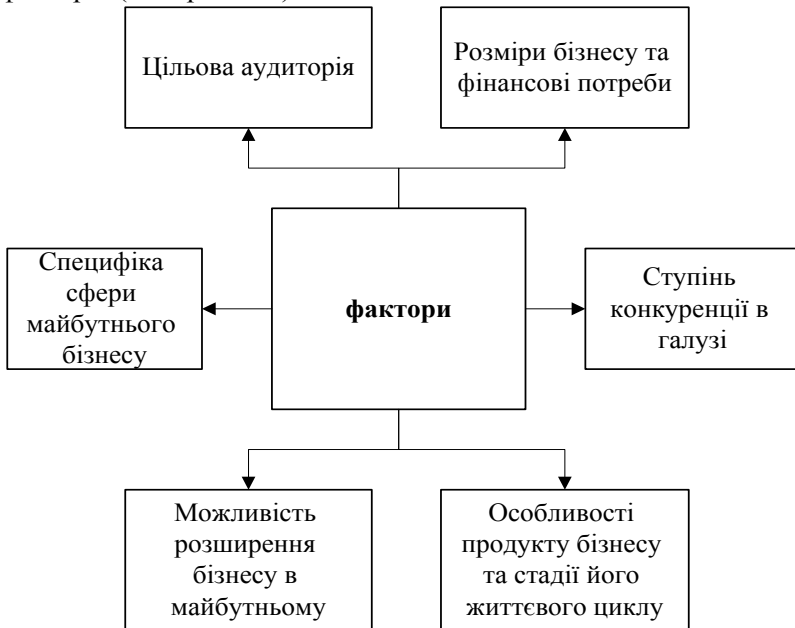


Рис.4.5. Фактори, які впливають на структуру бізнес-плану

Водночас, **мінімально-необхідна структура бізнес-плану** повинна мати таку структуру:

Резюме.

1. Загальна характеристика підприємства та продукції.
2. План маркетингу.
3. Виробничий план.
4. Організаційний план.
5. Фінансовий план.

Додатки.

Є певні правила технічного оформлення бізнес-плану, які передбачають:

- наявність титульного аркуша;
- обов'язковість сторінки змісту;
- розміщення резюме на початку бізнес-плану, а додатків – у кінці;
- наявність приміток та посилань на джерела використаної інформації.

ТЕМА 5. ПІДПРИЄМНИЦЬКИЙ РИЗИК

5.1. Зміст та функції підприємницького ризику

5.2. Види підприємницьких ризиків

5.3. Способи оцінки підприємницьких ризиків

5.4. Шляхи та методи зниження ризику в підприємницькій діяльності

5.1. Зміст та функції підприємницького ризику

В умовах ринкової економіки ризик є ключовим елементом підприємництва. Адже, здатність і готовність до ризику - якість, що притаманна підприємцю.

Категорію «**ризик**» можна визначити як небезпеку (імовірність) втрати ресурсів чи недоодержання доходів у порівнянні з варіантом, що розрахований на раціональне використання ресурсів.

Під підприємницьким ризиком мається на увазі ризик, що виникає при будь-яких видах підприємницької діяльності,

спрямованих на одержання прибутку і пов'язаних з виробництвом продукції, товарів і послуг, їх реалізацією; товарно-грошовими і фінансовими операціями; комерцією, а також реалізацією науково-технічних проектів.

Джерела ризику досить різноманітні: науково-технічний прогрес, кон'юнктура ринку, внутрішня та зовнішня політична ситуація, погодні умови, наявність корисних копалин, природа людини та багато інших.

Зміст ризику як економічної категорії обумовлює його основні функції, що виконуються в процесі підприємницької діяльності.

Основна функція - у створенні підприємницького доходу. Головним джерелом доходу є інновації та реалізація здатності підприємця ризикувати.

Серед додаткових функцій слід виділити такі:

- інноваційна;
- регулятивна;
- захисна;
- аналітична;
- соціальна.

Інноваційна функція ризику стимулює пошук нетрадиційних рішень проблем, що стоять перед підприємцем. Ця функція нерозривно пов'язана з ризиком: допущення помилки у новаторській ідеї, у виробництві, у його результатах, у реалізації нового товару.

Регулятивна функція – функція має суперечливий характер і виступає в двох формах: конструктивній і деструктивній. У першому випадку - коли властивість ризикувати є одним із шляхів успішної діяльності. Однак ризик може стати проявом авантюризму, суб'єктивізму, якщо рішення приймається в умовах неповної інформації, без належного врахування закономірностей розвитку явища. У цьому випадку ризик є дестабілізуючим фактором.

Захисна функція – в умовах визначеності є небезпека втрат і непередбачених витрат ресурсів, недоотримання доходів порівняно із запланованим варіантом. Пророховуючи й передбачаючи імовірність непередбачених ситуацій,

підприємець запобігає багатьом втратам або швидко компенсує їх.

Аналітична функція – ризик вимагає великої аналітичної роботи, тому що необхідне прорахування можливих варіантів, вибору оптимального варіанту, який дозволить здійснити господарський маневр у потрібний момент, з найменшими втратами або з найбільшим виграшем.

Соціальна функція. Сприяючи підвищенню ефективності виробництва, ризик тим самим створює реальну матеріальну базу для задоволення соціальних потреб, підвищення добробуту населення. При стійкій роботі підприємства стабілізується зайнятість населення.

5.2. Види підприємницьких ризиків

Складність класифікації підприємницьких ризиків полягає в їх різноманітності. Виділяють дві групи ризиків: статистичні (прості) і динамічні (спекулятивні).

Статистичні ризики завжди несуть у собі втрати. В залежності від причини втрат статистичні ризики підрозділяються у свою чергу на такі групи:

- імовірні втрати внаслідок негативного впливу на активи фірми стихійних лих;
- імовірні втрати внаслідок злочинних дій;
- імовірні втрати внаслідок прийняття несприятливого для підприємницької фірми законодавства;
- імовірні втрати в результаті загрози власності третіх осіб, що приводить до вимушеного припинення діяльності основного постачальника чи споживача;
- втрати внаслідок смерті чи недієздатності ключових робітників фірми або основного власника підприємницької фірми.

Динамічний ризик несе в собі або втрати, або прибуток. До таких ризиків відносять різні види політичних, економічних, галузевих ризиків.

Втрати від ризику у підприємницькій діяльності поділяють на:

Матеріальні втрати – це не передбачені проектом, пов'язані з

прямими фінансовими збитками, які викликані непередбаченими платежами, сплатою штрафів, виплатою додаткових податків, неповерненням боргів, зменшенням виторгу, інфляцією.

Трудові втрати – втрати робочого часу, які викликані випадковими, непередбаченими подіями.

Втрати часу – виникають у разі, якщо процес підприємницької діяльності йде повільніше, ніж передбачено проектом.

Спеціальні види втрат – це втрати, пов'язані з можливістю нанесення збитків здоров'ю, життю людей, навколишньому середовищу, престижу підприємства з іншими несприятливими морально-психологічними наслідками.

Економічні ризики – це ризики, обумовлені несприятливими змінами в економіці країни та економіці самого підприємства.

Комерційний ризик – це ризик, що виникає в процесі реалізації товарів і послуг, створених чи придбаних підприємцем.

Основні причини комерційного ризику:

- зниження обсягів реалізації внаслідок зменшення попиту (потреб) на товар, що реалізується підприємством, витіснення його конкуруючими товарами, введення обмежень на продаж;

- підвищення закупівельної ціни товару;

- непередбачене зниження обсягів закупок у порівнянні з наміченими, що зменшує масштаб всієї операції й збільшує витрати на одиницю об'єму реалізованого товару (за рахунок умовно постійних витрат);

- втрати товару;

- втрати якості товару в процесі обертання (транспортування, зберігання), що приводить до зниження його ціни;

- підвищення витрат в результаті виплати штрафів, непередбачених відрахувань, що приводить до зниження прибутку підприємства.

Комерційний ризик містить у собі такі різновиди

- ризики, пов'язані з реалізацією товару (послуг) на ринку;

- ризики, пов'язані з транспортуванням товару (транспортний);
- ризики, пов'язані з прийманням товару (послуг) покупцем;
- ризики, пов'язані з платоспроможністю покупця;
- ризики, пов'язані з форс-мажорними обставинами.

За структурною ознакою комерційні ризики поділяються:

Майнові ризики – це ризики, пов'язані з імовірністю втрати майна підприємця через крадіжку, диверсію, перенапруження технічної і технологічної систем і т.п.

Виробничі ризики – ризики, пов'язані зі збитком від зупинки виробництва унаслідок впливу різних факторів насамперед із втратою чи пошкодженням основних і оборотних фондів (устаткування, сировина, транспорт тощо), а також ризики, пов'язані із впровадженням у виробництво нової техніки і технології.

Торгові ризики являють собою ризики, пов'язані зі збитками по внаслідок затримки платежів, відмови від платежу в період транспортування товару, нестачання товару тощо.

Окремо варто виділити транспортний ризик. Усі транспортні ризики можна поділити за "Інкотермс-2000" на чотири групи: E, F, C, D. **Група E** (ExWorks) передбачає ситуацію, коли покупець несе всі ризики і витрати, пов'язані з доставкою товару від складу продавця (виробника) до кінцевого пункту споживання. **Група F** містить три конкретні варіанти передачі відповідальності і ризиків:

1. FCA – ризики і відповідальність продавця переходять на покупця (посередника) у момент передачі товару у визначеному місці, при передачі товару перевізнику, визначеному покупцем.

2. FAS – відповідальність і ризик за товар переходять від постачальника до покупця у визначеному договором порту.

3. FOB – продавець знімає з себе відповідальність після переміщення товару через борт судна.

Група C включає ситуації, коли експортер (продавець) укладає із покупцем договір на транспортування, але не бере на себе ніякого ризику. Вона включає такі базові умови:

1. CFR – продавець оплачує вартість транспортування до

порту прибуття, але ризик і відповідальність за цілісність та неушкодженість товару, а також додаткові витрати бере на себе покупець. Перехід ризиків і відповідальності відбувається в момент завантаження судна.

2. CIF – крім обов'язків, як у випадку СРК, продавець повинен забезпечити та оплатити страхування ризиків під час транспортування.

3. СРТ – продавець і покупець розподіляють між собою ризики і відповідальність. У певний момент (зазвичай, у будь-якому проміжному, географічному пункті) ризики цілком переходять від продавця до покупця.

4. СІР – ризики переходять від продавця до покупця у визначеному проміжному пункті транспортування, але продавець забезпечує і сплачує вартість страхування товару.

Група D означає, що всі транспортні ризики несе продавець. До цієї групи включають такі базові умови:

1. DAF – продавець бере на себе ризики до визначеного у договорі пункту на кордоні. Далі ризики приймає на себе покупець.

2. DES – передача ризиків продавцем покупцю відбувається на борту судна у порту призначення.

3. DEQ – передача ризиків відбувається після розвантаження товару в порту призначення.

4. DDU – продавець бере на себе транспортні ризики псування, втрати, розкрадання товару тощо, до визначеного договором місця (зазвичай, митний склад) на території покупця.

5. DDP – продавець відповідає за всі транспортні ризики до визначеного місця на території покупця.

Виробничий ризик – це імовірність збитків чи додаткових витрат, пов'язаних із перебоями чи зупинкою виробничих процесів, порушенням технології виконання операцій, низькою якістю сировини чи роботи персоналу тощо. До основних причин виробничого ризику відносяться:

– зниження намічених обсягів виробництва і реалізації продукції внаслідок зниження продуктивності праці, простою обладнання, втрат робочого часу, відсутності необхідної кількості вихідних матеріалів, браку продукції;

– зниження цін реалізації продукції у зв'язку з її недостатньою якістю, несприятливими змінами ринкової кон'юнктури, підвищенням попиту;

– збільшення матеріальних витрат через перевитрату матеріалів, сировини, палива, енергії, а також за рахунок збільшення транспортних витрат, торгових витрат, накладних та інших додаткових витрат;

– збільшення фонду оплати праці за рахунок перевищення наміченої чисельності або виплат більш високого, ніж заплановано, рівня заробітної плати окремим робітникам;

– збільшення податкових платежів й інших відрахувань підприємства;

– низька дисципліна постачань, перебої з паливом і електроенергією;

– фізичний і моральний зношення устаткування.

Фінансовий ризик – це ризик, що виникає при здійсненні фінансового підприємництва чи фінансових угод, виходячи з того, що у фінансовому підприємстві в ролі товару виступають валюта, цінні папери, кошти.

До фінансових ризиків відносяться *валютний, кредитний та процентний* ризики.

Валютний ризик – це імовірність фінансових втрат внаслідок зміни курсу валют у період зміни контракту між фізичними особами та виробництвом і розрахунків по ньому. Валютний курс, встановлюваний з урахуванням купівельної спроможності валют, дуже рухливий.

Основні фактори, що впливають на курс валют:

- стан платіжного балансу;
- рівень інфляції;
- міжгалузеву міграцію короткострокових капіталів;
- співвідношення попиту та пропозиції кожної валюти;
- політичні фактори.

Рівень валютного курсу значною мірою визначає конкурентоздатність країни на світовому ринку. Занижений валютний курс дозволяє одержати додаткові вигоди при експорті і сприяє припливу іноземного капіталу, одночасно дестимулюючи імпорт. Протилежна економічна ситуація

виникає при завищеному курсі валюти (зниження ефективності експорту і зростання ефективності імпорту).

Розрізняють три види валютного ризику:

1. Економічний валютний ризик полягає у тому, що вартість активів і пасивів підприємства може змінюватися у бік збільшення чи зменшення (у національній валюті) через майбутні зміни валютного курсу.

2. Валютний ризик переводу має бухгалтерську природу і пов'язаний з різноманіттям в обліку активів і пасивів підприємства в іноземній валюті. У разі, якщо відбувається падіння курсу іноземної валюти, у якій виражені активи підприємства, вартість цих активів зменшується.

3. Валютний ризик угод - це імовірність наявних валютних збитків по конкретних операціях в іноземній валюті. Він полягає в можливості зміни величини надходжень чи платежів при перерахуванні в національній валюті.

Одним із найважливіших видів ризиків діяльності підприємства в умовах ринкової економіки є кредитний ризик. Він пов'язаний з можливістю невиконання підприємством своїх фінансових зобов'язань перед інвестором у результаті використання для фінансування діяльності підприємства зовнішньої позики. Особливості і причини виникнення кредитного ризику:

- ✓ Несумлінність позичальника, що одержав кредит;
- ✓ Погіршення конкурентного становища конкретного підприємства, яке одержало комерційний чи банківський кредит;
- ✓ Несприятлива економічна кон'юнктура;
- ✓ Некомпетентність керівництва підприємства тощо.

Кредитний ризик – це імовірність того, що партнери-учасники контракту виявляться неспроможними виконати договірні зобов'язання як у цілому, так і по окремих позиціях. Зменшити вплив даного ризику можна шляхом обговорення контракту на попередньому етапі, аналізу можливих вигод і втрат.

Таким чином, кредитний ринок дозволяє здійснювати накопичення, рух, розподіл і перерозподіл позикового капіталу

між сферами економіки. Кредитний ринок поділяється на ринок грошових ресурсів (готівки) і ринок боргових зобов'язань (інструментів позики).

Процентний ризик виникає через коливання процентних ставок, що приводить до зміни витрат на виплату чи відсотків доходів на інвестиції. Методи управління процентним ризиком – опціони, ф'ючерсні операції тощо.

Процентний опціон – фінансовий інструмент, створений і використовуваний як спосіб хеджування процентних ризиків і засіб одержання прибутку від зміни процентних ставок. Опціон захищає його від найгіршого варіанта зміни процентної ставки і разом з тим забезпечує виграш від позитивних змін її на ринку. Головний недолік опціону - його висока вартість.

Найпростіший вид фінансової угоди – одноразове надання в борг певної суми з умовою її повернення через певний проміжок часу. Для визначення ефективності такої угоди застосовуються показники: відносний ріст і відносна знижка. Ці величини характеризують збільшення капіталу кредитора, віднесене або до початкового внеску, або до кінцевої суми.

Кожний цінний папір засвідчує фінансову операцію. Вибираючи між різними варіантами можливих фінансових операцій, інвестор завжди орієнтується на операцію з вищою ефективною ставкою.

5.3. Способи оцінки підприємницьких ризиків

Головні фактори, що визначають рівень ризикованості підприємницької діяльності і багато в чому несприятливо впливають на результати підприємницької активності основної маси бізнесменів - це зовнішні фактори. У свою чергу, зовнішні фактори поділяються на фактори прямої і непрямой дії.

До факторів прямої дії належать:

- нестабільність, суперечливість законодавства;
- непередбачені дії державних органів;
- нестабільність економічної (фінансової, податкової, зовнішньоекономічної та ін.) політики;
- непередбачена зміна кон'юнктури внутрішнього і зовнішнього ринку;

- непередбачені дії конкурентів;
- корупція, рекет;
- революційні стрибки в НТП;
- непередбачені зміни у взаємовідносинах з партнерами.

До факторів непрямої дії належать:

- нестабільність політичних умов;
- нестабільність соціальних умов;
- непередбачені зміни економічної обстановки в регіоні;
- непередбачені зміни у сфері підприємницької діяльності;
- непередбачені зміни в міжнародній обстановці;
- стихійні сили і клімат;
- непередбачені зміни економічної обстановки в регіоні.

Внутрішні фактори, що зумовлюють економічні ризики. поділяються на **об'єктивні та суб'єктивні**.

До **об'єктивних** факторів належать:

- непередбачені зміни в процесі виробництва (вихід з ладу техніки, її моральне старіння);
- розробка, впровадження нових технологій, способів організації праці;
- стихійні впливи локального характеру;
- непередбачені зміни у внутрішньогосподарських відносинах;
- недостатність бізнес-інформації на фірмі;
- відсутність служби маркетингу;
- фінансові проблеми усередині фірми;
- відсутність механізму мотивації.

До **суб'єктивних** факторів належать:

- низька якість управлінських, робочих кадрів та фахівців;
- некомпетентність управлінських та інших служб;
- недотримання умов договорів з боку керівництва фірми;
- відсутність у персоналу схильності до ризику;
- помилки при прийнятті рішень;
- помилки при реалізації ризикових рішень;
- смерть, хвороба провідних фахівців.

Вихідними даними для оцінки ризику є:

- інформація, отримана в результаті аналізу ризику у вигляді кількісних оцінок, які стосуються кожної із запропонованих альтернатив;

- економічні та інші дані, які стосуються витрат на здійснення кожної з альтернатив та передбачуваних зисків.

Оцінка ризику передбачає декілька етапів:

- аналіз стану зовнішнього середовища - включає дослідження кредитних, валютних ринків, ринку цінних паперів, ринку страхування тощо;

- аналіз внутрішнього середовища підприємства - аналізується соціально-економічне становище підприємства, його фінансова стійкість та здатність приймати ризиковані дії;

- аналіз інформації - складання переліку результатів аналізу з метою їх визначення та класифікації;

- оцінка конкретного виду ризику з використанням різних методів;

- визначення фінансової спроможності (ліквідності) і економічної доцільності комерційного проекту;

- визначення допустимого ризику й оцінка окремих комерційних угод за обраним рівнем ризику, вибір варіанта дій;

- застосування результатів оцінки ризику в прийнятті рішення та розробка заходів щодо нейтралізації можливих втрат.

Розрізняють:

1. **Кількісну оцінку** ризику – це кількісне визначення розміру окремих ризиків та ризику проекту в цілому.

2. **Якісну оцінку** ризику – порівняння передбачуваних позитивних результатів з можливими негативними наслідками, виявлення імовірних впливів аналізованих результатів на рішення, що будуть прийняті у майбутньому.

Виділяють такі **зони ризику** залежно від розміру втрат:

1. Безризикова зона, тобто зона, де втрати практично не очікуються. Цій зоні відповідають або нульові, або негативні втрати.

2. Зона допустимого ризику – область, у межах якої величина імовірних втрат не перевищує очікуваного прибутку,

отже, діяльність підприємства має економічну доцільність. Межа зони допустимого ризику відповідає рівню втрат, рівному розрахунковому прибутку.

3. Зона критичного ризику – область можливих втрат, що перевищують величину очікуваного прибутку аж до величини повної розрахункової виручки (суми витрат і прибутку) - вона характеризується розміром втрат, що перевищує розмір очікуваного прибутку.

4. Зона катастрофічного ризику – область імовірних втрат, що перевищують критичний рівень і можуть досягнути розміру, що дорівнює або перевищує майновий стан підприємства. Тобто цей ризик приводить до банкрутства підприємства.

Для оцінки підприємницького ризику найбільше використовують такі методи:

1. Статистичний метод – полягає у вивченні статистики втрат і прибутку, що мали місце на даному чи аналогічному підприємстві, з метою визначення імовірності події, встановлення величини ризику. Однак статистичним методом неможливо користуватися, якщо досліджуваний об'єкт – нова, недавно зареєстрована компанія.

2. Метод експертних оцінок – якісне визначення імовірності настання ризикової ситуації на основі вивчення думки експертів з цих питань і факторів, що обумовлюють рівень ризику. Особливістю методу є відсутність чітких математичних доказів оптимальності рішень.

3. Розрахунково-аналітичний метод – зміст цього методу полягає в тому, що витрати за кожним напрямом діяльності, а також за окремими її елементами мають різний ступінь ризику. Наприклад, ступінь ризику за витратами, пов'язаними з придбанням сировини, буде вищим, ніж за витратами на зарплату. Визначення ступеня ризику шляхом аналізу доцільності витрат орієнтоване на ідентифікацію потенційних зон ризику. Перевага даного методу полягає в тому, що, знаючи статті витрат з максимальним ризиком, можна знайти шляхи його зниження. Основний недолік методу полягає в тому, що (як і при статистичному методі) фірма не аналізує джерела ризику, а приймає ризик як цілісну величину, ігноруючи його

складові.

5.4. Шляхи та методи зниження ризику в підприємницькій діяльності

Вибір засобів вилучення на ризики має на меті мінімізувати можливий збиток у майбутньому.

У системі заходів щодо управління ризиками на підприємстві головна роль належить їх **профілактиці**. Група заходів для профілактики ризиків покликана забезпечити зниження імовірності їх виникнення. У системі ризик-менеджменту використовуються звичайно такі **форми профілактики ризиків**:

1. Уникнення ризиків
2. Мінімізація ризиків
3. Диверсифікація ризиків
4. Лімітування ризиків

Необхідно уникати катастрофічних ризиків, коли за ними можуть настати втрати, близькі до обсягів власних обігових колітів. Небажаним є й критичний ризик, коли втрати чистого прибутку досягають 75%. Усіма доступними методами слід усувати ризик нежиттєздатності інноваційного проекту.

Після виявлення ризиків, з якими може зустрітися підприємство в процесі виробничої діяльності, визначення факторів, що впливають на рівень ризику, і проведення оцінки ризиків, виявлення пов'язаних з ними потенційних втрат, перед підприємством стоїть завдання мінімізації виявлених ризиків.

До **організаційних методів** зниження ризику відносяться:

1. **Відхилення ризику** – передбачається відмова від певних управлінських рішень, якщо рівень ризику по них перевищує його прийнятний рівень для підприємства. Метод радикальний, але мало застосований.

2. **Недопущення збитків** – припускає здійснення підприємством певних заходів, спрямованих на недопущення ризикових ситуацій за рахунок:

- підвищення обґрунтованості підготовки і реалізації управлінських рішень;
- одержання додаткової інформації;

– розробки схем ділової активності, що уникають найбільших зон збитків.

3. **Мінімізація збитків** – спрямований на розробку заходів щодо мінімізації збитків у разі ризикової ситуації. Основні заходи:

- диверсифікованість діяльності підприємства;
- встановлення певної структури капіталу і майна підприємства за окремими напрямками його використання для досягнення певних цілей;
- лімітування обсягів найбільш ризикованих операцій і проектів;
- розробка і реалізація системи заходів для локалізації наслідків ризикової ситуації.

4. **Передача контролю за ризиком** – основний спосіб передачі ризику - через складання контракту. Розрізняють такі контракти: будівельні, оренди, на зберігання і перевезення, продажу, обслуговування, постачання тощо.

5. **Метод розподілу ризиків** – полягає в тому, що ризик імовірної шкоди чи втрати розподіляється між учасниками так, щоб можливі втрати кожного були невеликими. Цей метод лежить в основі ризикового фінансування.

6. **Пошук інформації** – спрямований на зниження ризику шляхом знаходження та використання необхідної інформації для прийняття підприємством ризикового рішення.

7. **Контроль** або опанування **ризиком** – це необхідно, якщо потенційні втрати у ризиковому підприємстві незначні, коли робиться все необхідне для попередження й зниження шкоди від впливу непередбачених обставин і є шанси на отримання підприємницького доходу.

Економічні методи зниження підприємницького ризику:

- **створення спеціального резервного фонду** – здійснюється за рахунок відрахувань з прибутку на випадок виникнення непередбачених ситуацій;
- **створення страхового товарного запасу** – здійснюється з метою компенсації коливань попиту на товари;
- **страховий запас коштів** - створюється з метою компенсації коливань надходжень і використання коштів

підприємства;

– **розробка і впровадження системи штрафних санкцій** – використовується тільки по тих видах ризику, імовірність виникнення яких залежить від контрагентів підприємства. Розмір фінансових санкцій має компенсувати фінансові збитки підприємства внаслідок виникнення ризикової ситуації.

– **страхування ризику.**

ТЕМА 6. КУЛЬТУРА І ЕТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА

6.1. Загальна характеристика культури і етики підприємництва

6.2. Принципи ділової етики

6.3. Основні етичні напрями підприємництва

6.1. Загальна характеристика культури і етики підприємництва

Культура підприємництва – це система правил і норм діяльності, звичаїв і традицій, різноманітних інтересів, особливостей поведінки працівників даного підприємства, стилю керівництва, задоволеність працівників умовами праці, рівень співпраці та перспективи розвитку. Культура підприємництва передбачає вміння так організувати його виробничу та комерційну діяльність, щоб успіхи в бізнесі поєднувались зі створенням умов, за яких працівники максимально задоволені працею. Вона не тільки забезпечує високий престиж підприємству, а й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості товарів та послуг і отже, збільшенню доходів.

Основні фактори, що впливають на культуру підприємства:

- цілі підприємства;
- його система цінностей та ідей;
- прийняті на підприємстві стандарти і правила.

Формування культури підприємницької діяльності може здійснюватися *природним шляхом*, коли підприємство на підставі вивчення досвіду минулого й теперішнього підтримують ті культурні традиції, які є найбільш

результативними для досягнення поставлених цілей, і може цілеспрямовано формуватися *шляхом спеціального впровадження* певних комплексів поведінки.

Для порівняння загальної культури підприємництва на різних підприємствах оцінюється **рівень культури підприємства**, який визначається сукупністю показників:

– **рівень культури праці** – відповідність засобів, способів і норм поведінки, що властиві певній групі людей, які займаються спільною трудовою діяльністю, рівневі розвитку суспільства;

– **рівень культури управління** – визначається здатністю управлінського органу ефективно й далекоглядно впливати на всі сторони діяльності підприємства за допомогою використання прогресивної техніки й технології, високого культурно-технічного рівня персоналу, а також на основі наукової організації праці та виробництва;

– **рівень культури діяльності** – характеристика рівня прогресивності застосовуваних техніки та технології за період використання, а також вироблюваної продукції та її відповідності рівню розвитку суспільства.

Елементи підприємницької культури:

– законність;

– виконання зобов'язань та обов'язків, які виходять з правових актів, договірних відносин та здійснюваних законних угод, із традицій ділового спілкування, що виявляється у нанесенні майнової чи моральної шкоди партнерам, конкурентам, споживачам, найманим працівникам;

– чесність у ставленні до суб'єктів свого бізнесу, споживачів, партнерів, держави – це дійсно провідна ознака культури підприємництва.

Основними принципами корпоративної культури є:

– розвиток особистої ініціативи;

– стимулювання відповідальності за виконувану справу;

– повага до людини як до особистості.

Етичні норми поведінки фірми у взаємовідносинах з державою, покупцями, постачальниками, працівниками вивчає **корпоративна етика**.

Шляхи створення корпоративної етики:

- підтримання та заохочення існування у колективі різних точок зору на ті або інші проблеми;
- високий рівень міжособистісних стосунків, прагнення до колективного вирішення завдань;
- виконання співробітниками частини повноважень свого керівника, що сприяє підвищенню ступеня відповідальності за виконувану роботу;
- нестандартний спосіб мислення, який часто є джерелом нововведень у різних сферах діяльності.

Професійна етика відбиває особливості моральної свідомості, взаємовідносин людей, які обумовлені специфікою професійної діяльності. Вона визначає етичні принципи та норми поведінки у межах певного виду трудової діяльності. Виділяють різні види професійної етики: педагогічну, медичну, управлінську. Важливим у професійній етиці є об'єктивне та доброзичливе ставлення до людей, до їхнього професійного вміння.

Підприємницька етика базується на загальних етичних нормах та правилах поведінки, які склались у країні, світі, а також на професійній етиці, що виявляється в тій або іншій сфері діяльності. На формування підприємницької етики впливають форми суспільної свідомості (менталітету) та суспільних відносин, спрямованих на утвердження самооцінки підприємця, економічної свободи, його відповідальності перед споживачами, суспільством.

6.2. Принципи ділової етики

Говорячи про етику підприємництва, варто зупинитися на трьох ключових **принципах**, що визначають основні її особливості:

- принцип економічної доцільності;
- принцип ситуативності;
- принцип індивідуальної відповідальності.

Принцип економічної доцільності можна розглядати як певний «обмежник знизу». Адже підприємець може керуватися у своїй діяльності безліччю різних мотивів, орієнтуватися на

різні важливі для себе цінності, але, у кінцевому рахунку, він не може дозволити, щоб прийняті ним з тих чи інших мотивів рішення виявлялися економічно недоцільними в такій мірі, щоб були загрозою для існування його справи.

Принцип ситуативності – є логічним продовженням і розвитком принципу економічної доцільності і в той же час багато в чому визначається інноваційною природою бізнесу, що найчастіше змушений діяти не в стандартних ситуаціях, а в умовах невизначеності. В результаті в багатьох випадках, з якими має справу підприємець, є велика кількість суперечливих факторів, у тому числі й етичного порядку. Для їх вирішення немає алгоритму, і щораз - це завдання індивідуального вибору підприємця.

У цьому відношенні важливо нагадати дві аксіоми. Перша – у кожної людини є своя, у чомусь несхожа на будь-яку іншу, система етичних принципів; так само й у світі бізнесу не існує універсальної, «правильної» етики. Друга аксіома – самі етичні системи динамічні в часі, вони змушені пристосовуватися до обставин, які постійно змінюються, і цей факт надзвичайно значимий для підприємництва.

Принцип індивідуальної відповідальності – норма індивідуальної відповідальності формувалася в історії практично паралельно з розвитком передумов бізнесу, а також різноманітних форм та інститутів підприємництва.

6.3. Основні етичні напрями підприємництва

В етиці підприємництва склалися три основні підходи до моральних проблем бізнесу, що спираються на три етичних напрями:

- утилітаризм,
- деонтична етика (етика обов'язку),
- етика справедливості

Однією із найвпливовіших в етиці підприємництва є **концепція утилітаризму**. Морально виправданою вважається така дія, яка приводить до максимально корисного ефекту. В узагальненій формі принцип утилітаризму формулюється у такий спосіб: яка-небудь дія правомірна з етичної точки зору в

тому і тільки в тому випадку, якщо сумарний корисний ефект від цієї дії перевищує сумарний корисний ефект від будь-якої іншої дії, яка могла б здійснитися замість першої.

Інший підхід до проблем ділового життя пропонує **деонтична етика** (етика *обов'язку*). Центральним у цьому підході є поняття права. Права є могутнім інструментом соціальної регуляції, їхнє призначення полягає в тому, щоб забезпечувати для індивіда можливість вільного вибору чи мети роду діяльності, і в тому, щоб гарантувати цей вибір, захищаючи його.

Найбільш важливі так називані моральні права (чи права людини), які мають три *особливості*.

По-перше, вони тісно пов'язані з обов'язками. Якщо я маю моральне право робити щось (чи володіти чимось, чи прагнути до чого-небудь), то інші люди мають моральний обов'язок не заважати мені робити це (а іноді - в особі держави - навіть сприяти мені).

По-друге, вони забезпечують можливість індивідуального автономного і рівноправного вибору мети.

По-третьє, вони утворюють базу для виправдання способу дій одних людей і для захисту та допомоги іншим. Якщо я маю моральне право, то мої дії морально виправдані.

Третій підхід до проблем ділового життя пов'язаний з використанням в аналізі бізнесу категорії *справедливості*. На відміну від етики утилітаризму і деонтичної етики, область застосування «**етики справедливості**» істотно звужена. Остання включає в основному проблеми, пов'язані з відносинами бізнесу і суспільства в цілому, і не стосується, наприклад, проблем відносин між корпораціями.

Етика справедливості виходить з положення, що люди за своєю природою є суспільними істотами, які повинні жити в суспільстві і створювати соціальні структури для підтримання їхнього функціонування. Основна цінність для його представників - рівність як справедливість його вираження.

Концепція справедливості Дж. Ролза, який сформулював своє розуміння справедливості, розглядає даний етичний напрям крізь призму реалізації двох принципів:

Принцип перший – кожна людина має рівне право на найбільш широкі свободи, сумісні з аналогічними свободами інших людей;

Принцип другий – нерівність за соціально-економічними параметрами має бути такою, щоб:

а) забезпечити максимум прибутку для найменш привілейованих осіб;

б) установи і посадові особи, що є носіями влади, були доступні рівною мірою для кожного.

ТЕМА 7. МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У РИНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

7.1. Економічна суть малого підприємництва

7.2. Функції малого підприємництва

7.3. Місце та роль малого підприємництва в умовах ринку

7.1. Економічна суть малого підприємництва

Світовий досвід і практика господарювання показують, що найважливішою ознакою ринкової економіки є існування і взаємодія багатьох великих, середніх і малих підприємств, їх оптимальне співвідношення. Найбільш динамічним елементом структури національного господарства, що постійно змінюється, є мале підприємництво.

Аналіз економічної природи малого підприємництва визначається двома обставинами: по-перше, воно об'єктивно існує і розвивається як певна цілісність, сектор економіки; по-друге, воно є особливим типом підприємницької діяльності.

Мале підприємництво є органічним структурним елементом ринкової економіки.

Мале підприємництво – це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян-підприємців (фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку. На думку вченого Варналія З.С. «**мале підприємництво** – це самостійна систематична інноваційна діяльність громадян-підприємців та

малих підприємств на власний ризик з метою отримання підприємницького доходу (надприбутку)».

При визначенні цього поняття необхідно враховувати не стільки кількісні критерії (кількість працюючих, розміри капіталу, прибутку, грошового обігу, обсяги валової продукції, продажу тощо), стільки якісні критерії (правова незалежність, єдність права власності та управління фірмою, повна відповідальність за результати діяльності, невеликий ринок збуту, сімейне відання справою тощо).

Малий бізнес – це діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою одержання прибутку. Практично це будь-яка діяльність, спрямована на реалізацію власного економічного інтересу, і не обов'язково має бути особливо ризиковою та інноваційною діяльністю на засадах повної економічної відповідальності. Саме в цьому, на думку вченого Варналія З.С., і полягає різниця між малим бізнесом та малим підприємництвом

Мале підприємництво здійснюється створенням розгалуженої системи малих підприємств. **Малі підприємства** – це організаційно-економічний вид підприємств, які згідно зі ст. 2 Закону України "Про підприємства в Україні" кваліфікуються за показником чисельності зайнятих працівників із градацією за сферами діяльності.

В Україні до малих підприємств відносять підприємства з чисельністю працюючих від 15 до 200 осіб у залежності від галузі. У промисловості і будівництві такими є підприємства з чисельністю 200 осіб, у науці і сфері обслуговування – до 100 осіб, у невиробничій сфері – до 25 осіб, у роздрібній торгівлі – до 15 осіб.

Указом Президента України "Про державну підтримку малого підприємництва" суб'єктами малого підприємництва визначаються зареєстровані фізичні особи, які здійснюють підприємницьку діяльність без отримання статусу юридичної особи, а також юридичні особи - суб'єкти підприємництва будь-якої організаційної форми власності, у яких середньооблікова чисельність за звітний період на перевищує 50 осіб і валовий дохід – 1 млн. грн. Водночас у 2008 році ВРУ підвищила річний

об'єм ВВП малих підприємств з 500 тис. євро до 70 млн. грн.

До суб'єктів малого підприємництва не належать довірчі товариства, страхові компанії, банки, інші фінансово-кредитні та небанківські фінансові установи, а також суб'єкти, частка яких в уставному фонді понад 25%.

За оцінками експертів Світового банку в країнах, що розвиваються налічується понад 50 визначень малого підприємництва.

7.2. Функції малого підприємництва

Роль і місце малого підприємництва в національній економіці найкраще виявляються в притаманних йому **функціях**.

По-перше, мале підприємництво формує конкурентне середовище. Мале підприємництво допомагає утвердженню конкурентних відносин, бо воно є антимонопольним за своєю природою, що виявляється в різноманітних аспектах його функціонування. Малий бізнес значно меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. Також за умов вузької спеціалізації та використання новітньої техніки виступає як дійовий конкурент, що підриває монополні позиції великих корпорацій. Саме ця риса малого бізнесу відіграла суттєву роль у послабленні, а іноді й у подоланні розвинутими країнами притаманної великому капіталу тенденції до монополізації та затримки технічного прогресу.

По-друге, мале підприємництво надає ринковій економіці необхідної гнучкості, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку. Особливо це актуально в умовах швидкої індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, прискорення науково-технічного прогресу (НТП), зростання номенклатури промислових товарів та послуг.

По-третє, величезним є внесок малого підприємництва в здійснення прориву з ряду важливих напрямів НТП, передусім у галузі електроніки, кібернетики, інформатики. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукомісткої продукції, малий бізнес тим самим виступає провідником НТП.

По-четверте, мале підприємництво робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості. Ця функція виявляється у здатності малого підприємництва створювати нові робочі місця й поглинати надлишкову робочу силу під час циклічних спадів та структурних зрушень економіки.

По-п'яте, важлива функція малого підприємництва полягає в пом'якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин, бо саме воно є фундаментальною основою формування середнього класу.

Таким чином, мале підприємництво є невід'ємною рисою будь-якої ринкової господарської системи, без чого така економіка і суспільство в цілому не можуть не тільки розвиватися, а й навіть існувати.

7.3. Місце та роль малого підприємництва в умовах ринку

Найважливішою ознакою ринкової економіки є функціонування і взаємозв'язок великих, середніх і малих підприємств. Найдинамічнішим елементом структури національної економіки є мале підприємство, яке постійно змінюється, пристосовуючись до ринкового середовища.

Цей сектор економіки історично відіграє роль необхідної передумови створення ринкового середовища. Мале підприємство є вихідною формою господарювання у вигляді дрібнотоварного виробництва.

Роль малого підприємництва у житті суспільства полягає у тому, що воно є фундаментом ринкової економіки. Воно формується на засадах дрібнотоварного виробництва, визначає темпи економічного розвитку, структурує ВВП, здійснює реструктуризацію економіки, характеризується швидкою окупністю, забезпечує ринок різноманітними товарами і послугами, реалізує інновації, створює нові робочі місця, має високу мобільність, раціональні форми управління, формує прошарок підприємців-власників, послаблює монополізм і розвиває конкуренцію.

Мале підприємництво має не лише економіко-виробничі та соціально-економічні переваги: гнучкість, динамізм,

приспособлення до змін технології, забезпечення соціальної стабільності, насичення ринку праці новими робочими місцями тощо. Йому також властиві соціально-психологічні переваги, в основі яких лежить специфічна мотивація до праці, специфічні джерела активізації колективної праці, що не характерне для великих фірм. Однією із головних причин розвитку підприємництва у розвинутих країнах є те, що велике виробництво не протиставляється малому. Усі форми підприємництва тут співіснують дотримуючись принципу кооперування, причому великі підприємства не пригнічують малі підприємства, а взаємно доповнюють одне одного.

Головними чинниками, які пояснюють нестійкість малого підприємництва, є обмеженість фінансових ресурсів, нестабільність кон'юнктури ринку, нестабільність доходів, слабе сегментування власної частки ринку, ризики банкрутства, вузьке коло споживачів, велика інтенсивність конкуренції, висока вразливість до несприятливих економічних факторів та ін.

Також можна відзначити **основну суперечність малого підприємництва** – це суперечність між об'єктивно високою економічно та соціально-політичною значущістю його стабілізаційної ролі в економіці й активною інноваційною діяльністю та слабкою життєздатністю його суб'єктів, їх вразливістю щодо економічної кон'юнктури й тиску з боку великих корпорацій, а також адміністративних перешкод.

Основні форми розв'язання цієї суперечності такі:

- державна підтримка (правове, фінансово-кредитне, матеріально-технічне, кадрове та інформаційне забезпечення тощо);

- інтеграційна підтримка (такі форми інтеграційної підтримки як субпідряд, лізинг, франчайзинг, венчурне фінансування, кластери тощо);

- самоорганізація та кооперування малого підприємництва на політичних (громадські об'єднання, спілки, асоціації) та економічних (підприємницькі мережі, кластери, кооперативи тощо) засадах;

- міжнародна допомога (фінансова і технічна допомога,

підготовка кадрів, обмін досвідом тощо).

Аналіз світового досвіду та досвіду країн СНД свідчить, що економічна і соціальна роль малого підприємництва можлива за умови виваженої державної політики підтримки цього сектору економіки.

ТЕМА 8. КООПЕРАЦІЙНІ ЗВ'ЯЗКИ І САМООРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА.

8.1. Договірні взаємовідносини в підприємстві

8.2. Об'єктивна необхідність коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва

8.3. Форми коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва

8.4. Суть самоорганізації суб'єктів підприємництва

8.5. Етапи становлення громадських об'єднань підприємців в Україні

8.1. Договірні взаємовідносини в підприємстві

В умовах ринку організація підприємницької діяльності в будь-якій зі сфер господарювання базується виключно на договірних відносинах.

Основою закріплення партнерських зв'язків, а саме предмета договору, є тривалі господарські договори на виконання робіт і послуг, а також на постачання необхідних матеріально-технічних ресурсів. Для підприємств довгострокові господарські договори мають становити основу виробничо-комерційної діяльності, оскільки їхній зміст дає змогу точніше визначити кон'юнктуру ринку і сприяє створенню умов для їхньої стабільної роботи.

Договори є визначальною і майже єдиною правовою формою партнерських взаємовідносин, які вимагають збереження принципів договірних стосунків і водночас роблять договір універсальною формою існування ринку.

В ринковій систем господарювання існує два види договорів – установ і підприємницький. Установчі договори використовуються в разі створення підприємства певних

організаційних форм бізнесу. Структуризацію підприємницьких договорів (контрактів) за сферами діяльності унаочнює табл. 8.1.

Важливим з практичного погляду є питання щодо формувань змісту та умов договору підприємцем. Типовий зміст підприємницького договору ілюструє рис. 8.1.

Укладенню договорів звичайно передують переговори сторін, які можуть проводитися в усній чи письмовій формах. Проект договору, підготовлений та підписаний однією стороною (оферентом, тобто автором оферти) називається **офертою**. Розрізняють оферти:

Тверді – направляється одному адресату і перетворюється на договір лише, коли підписана іншою стороною, потім відправлена оференту і ним отримана. Час дії – 30 днів.



Рис. 8.1. Типовий зміст і структура підприємницького договору



Рис. 8.2. Форми співробітництва партнерів за напрямками підприємницької діяльності

Таблиця 8.1

Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності

Сфера діяльності	Сутність договорів
1. Купівля, продаж, оренда і лізинг	1.1. Договір купівлі-продажу продукції, виробленої підприємством 1.2. Договір на поставлення товарів через посередника 1.3. Договір про аукціонний продаж товарів 1.4. Договір про виготовлення продукції із матеріалів замовника 1.5. Договір продажу майна підприємства іншим юридичним особам 1.6. Державний контракт 1.7. Державне замовлення 1.8. Договір оренди майна 1.9. Лізингова угода
2. Підрядні послуги	2.1. Договір про консалтинг та інформаційне обслуговування 2.2. Договір про надання юридичних послуг 2.3. Договір про надання аудиторських послуг 2.4. Договір про надання брокерських послуг 2.5. Договір про рекламні послуги 2.6. Договір на виконання науково-дослідних робіт
3. Трудові відносини	3.1. Колективний договір 3.2. Тарифна угода

	3.3. Договір (контракт) про наймання керівника 3.4. Договір (контракт) про наймання працівника
4. Страхування	4.1. Договір особистого страхування від нещасних випадків 4.2. Договір страхування майна підприємства і громадян 4.3. Договір обов'язкового медичного страхування 4.4. Договір добровільного медичного страхування
5. Розрахунки і кредитування	5.1. Договір на розрахункове і касове обслуговування 5.2. Договір поручництва 5.3. Договір позики із заставним забезпеченням 5.4. Кредитний договір
6. Зовнішньо-економічна діяльність	6.1. Договір на декларування товарів, що підлягають митному контролю 6.2. Договір на транспортно-експедиційне обслуговування зовнішньоторговельних операцій 6.3. Ліцензійний договір загального типу 6.4. Договір консигнації 6.5. Агентський договір 6.6. Договір на закупівлю товарів за імпортом 6.7. Договір поставки товарів за експортом
7. Інші договори	7.1. Договір доручення 7.2. Договір комісії 7.3. Договір про спільну діяльність

Вільні – направляються кільком адресатам. Перетворюється на договір аналогічно твердій оферті, до того ж має бути обов'язково підтвердження оферента про згоду оцінювати оферту як договір. Час дії – фіксований в оферті.

В узагальненому вигляді найважливіші форми співробітництва за окремими напрямками ілюструє рис. 8.2.

8.2. Об'єктивна необхідність коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва

Одним з перспективних напрямів розвитку підприємництва є формування різних форм коопераційних зв'язків його суб'єктів. Об'єктивна необхідність розвитку коопераційних зв'язків суб'єктів підприємницької діяльності зумовлена насамперед такими змінами, що відбуваються у виробництві на сучасному етапі, як:

- заострення конкуренції в глобальному масштабі внаслідок розвитку транспорту, інформаційних технологій;
- підвищення ступеня невизначеності зовнішнього

середовища;

- посилення тенденцій до фрагментації ринків внаслідок диференціації споживацького попиту;

Якщо перше призводить до зростання спеціалізації компаній, тоді останні зміни змушують фірми посилювати гнучкість господарювання та інтенсифікують пошук нових шляхів диференціації продукції.

Таким чином виникає явна суперечність між тенденцією до спеціалізації (концентрації однакового виробництва) та посиленням диференціації (розширенням спектра виробництва продукції). Формою її розв'язання стає гнучке (диференційоване) масове виробництво

Коопераційні зв'язки між малими та великими підприємствами є:

- об'єктивною необхідністю, що впливає із закономірностей суспільного поділу праці;

- передумовою розвитку як малих, так і великих підприємств;

- формою розв'язання основної суперечності малого підприємництва;

- формою взаємодії (а не протиставлення) багатьох великих, середніх та малих підприємств.

8.3. Форми коопераційних зв'язків суб'єктів підприємництва

Формування інтеграції великих і малих підприємств в Україні почалося спонтанно. В умовах ринку основними формами інтеграції є субпідряд, франчайзинг, лізинг і венчурне фінансування. Змістом зазначених форм є інтеграція функціональних сфер діяльності малих і великих підприємств. Зокрема у виробництві найчастіше зустрічається субпідряд, у виробничо-збутовій діяльності-франчайзинг, у виробничо-фінансовій сфері - лізинг, а формою інноваційних функціональних інтеграційних зв'язків є венчурне фінансування.

Субпідрядна система є формою довгострокових відносин у сфері постачання між головною (великою) фірмою, яка

виробляє велику масу готової продукції, і багатьма малими підприємствами, які функціонують на основі подетальної, технологічної та модельної спеціалізації при виробництві продукції, що виробляється невеликими партіями або за вузькою номенклатурою. Субпідрядна система використовується у галузях складального виробництва (автомобільній, електротехнічній, електронній, машинобудуванні).

Франчайзинг є формою кооперативних зв'язків між великою відомою фірмою і малими підприємствами. **Франчайзинг** – це угода, за якою виробник або одноосібний розповсюджувач продукції, захищеної товарним знаком (франчайзер), дає ексклюзивні права на розповсюдження на певній території своєї продукції незалежним підприємцям (франчайзі) в обмін на отримання від них платежів (роялті) за умови дотримання технологій виробничих та обслуговуючих операцій. За послуги дрібний підприємець сплачує вступний внесок і відраховує відсотки з обороту (3-12%) на користь великої фірми і зобов'язується чітко виконувати контракт та закуповувати необхідні устаткування і товари.

Одним із методів оновлення матеріально-технічної бази підприємств різних форм власності є лізинг. **Лізинг** – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних і залучених коштів і полягає у наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений строк лізингодержувачу майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодження з лізингодержувачем за умови сплати лізингодержувачем періодичних лізингових платежів.

Головним завданням для осіб, які прагнуть зайнятися лізинговою діяльністю, є це створення попиту на лізингові послуги. Причинами розвитку лізингових відносин були швидке моральне старіння основних фондів і зростаюча інтенсивність конкуренції.

У міжнародній практиці головним чином використовуються два види лізингу: фінансовий і операційний.

Фінансовий лізинг – це угода, в результаті укладення якої

лізингоотримувач одержує у платне від лізингодавця користування об'єкт лізингу на строк, близький до його повної амортизації.

В Україні встановлюється строк користування об'єктом лізингу, за яким амортизується не менше ніж 60% вартості об'єкта, а сума лізингових платежів за період договору фінансового лізингу має складати не менше 60% вартості об'єкту у цінах на день укладання угоди. Після закінчення договору фінансового лізингу об'єкт передається лізингоотримувачу, переходить у його власність або викупується за залишковою вартістю.

Оперативний лізинг – це договір лізингу, за яким лізингоотримувач отримує у платне користування від лізингодавця об'єкт лізингу на строк, менший строку, за який амортизується 90% вартості об'єкту лізингу, визначеної у день укладення угоди. У разі оперативного лізингу підприємство не включає до свого балансу вартість отриманого в лізинг майна. Лізингові платежі відносять на видатки лізингоодержувачу у повному обсязі відповідно до умов договору на період використання майна. Лізингодавець відображає у балансі майно, передане в оперативний лізинг, як власні активи. Платежі, які він отримує від лізингоотримувача, розглядаються як дохід лізингодавця.

Економічні переваги лізингу такі: зручне джерело фінансування, економія коштів, зменшення ризиків, стимулювання і оновлення виробництва.

Венчурним бізнесом займаються самостійні фірми, які спеціалізуються на дослідженнях, конструкторських розробках та створенні нових продуктів. Ці фірми діють у сфері досліджень на етапі зростання ринку з максимальною активністю. Фірми не прибуткові. Вони не займаються безпосередньо виробництвом, а передають результати своїх досліджень для впровадження у виробництво іншим фірмам. Створення венчурної компанії передбачає наявність таких умов:

- наявності інноваційних ідей;
- потреб суспільства і підприємців у створенні нового

виробництва;

- наявності ризикового капіталу для фінансування НДР.

Венчурне фінансування здійснюється шляхом придбання акцій нових фірм (тих, що будуть створюватися) або за рахунок кредитів з правом конверсії в акції. Виділяють широке і вузьке значення цього поняття.

У широкому значенні, **венчурне фінансування** – це вклад у фінансово-ризикові проекти, насамперед, у галузі високих технологій. У вузькому – це довго- чи середньострокові інвестиції у вигляді кредитів чи вкладень в акції, які здійснюються венчурними фондами з метою створення і розвитку малих швидкозростаючих фірм.

Венчурний капітал – це сфера бізнесу з підвищеним ризиком. Він створюється із вкладів великих компаній, банків, держави, страхових компаній, пенсійних фондів та з інших джерел.

Венчурні фірми створюються двох **типів**:

- безпосередній ризикований бізнес (малі інноваційні фірми);
- внутрішні ризиковані проекти великих компаній.

Специфіка ризикованого підприємництва полягає у тому, що йому надають кошти на безвідсоткових умовах та не передбачають їх повернення до закінчення терміну угоди.

Головним стимулом венчурних фірм є великі прибутки у випадку успіху.

Таким чином, основними формами інтеграції великих і малих підприємств і формами, що сприяють підвищенню життєздатності суб'єктів малого підприємництва, є: субпідряд, лізинг, франчайзинг і венчурне фінансування. Тому потрібно здійснювати комплекс заходів щодо створення умов для їх розвитку, насамперед правових і економічних умов для їх становлення.

8.4. Суть самоорганізації суб'єктів підприємництва

Створенню і розвитку малого підприємництва в Україні приділяється недостатня увага. Бажання учасників економічної діяльності мати додаткову стійкість і захистити свої соціальні,

політичні і корпоративні інтереси проявляється у створенні різних асоціацій, спілок та інших громадських об'єднань.

Самоорганізація підприємництва може значно покращити підприємницький клімат в Україні. Адже тоді немає потреби витратити державні кошти і збільшувати штат державних службовців. Достатньо зосередити зусилля на створенні оптимальної законодавчої бази та розвинутої інфраструктури підприємництва.

Обмеженість економічних та політичних можливостей змушує мале підприємництво вишукувати додаткові напрями компенсації браку ресурсів, а саме:

- дійова система державної підтримки альтернативного сектору економіки;

- сприяння з боку великих підприємств або спеціалізованої організації (банк, університет, бізнес-інкубатор тощо) розвитку частини підприємств із наданням їм на основі повернення різноманітних ресурсів;

- самоорганізація та кооперування підприємств на соціально-політичній (громадські об'єднання підприємців, громадсько-політичні рухи та їх парламентське представництво) й економічній (підприємницькі мережі, кредитні та збутові кооперативи тощо) засадах.

На жаль останній напрям з об'єктивних причин поки що не дістав відповідного розвитку в Україні. Основні причини: недовіра і часом негативне ставлення населення та підприємців до таких об'єднань; протистояння місцевої влади; брак у підприємців свідомої потреби в структурній інтеграції; недостатність коштів на утримання таких структур; слабкий взаємозв'язок малого підприємництва з інститутами політичної системи суспільства тощо.

8.5. Етапи становлення громадських об'єднань підприємців в Україні

Процес виникнення і становлення громадських організацій, які повинні сприяти розвитку підприємництва, можна розподілити на **два етапи**:

Перший етап характеризується виникненням перших

корпоративних об'єднань у середовищі партійно-державних структур, профспілкових і виробничо-господарських організацій (1989-1992 рр.). Згодом зародження кооперативного руху, розвиток орендних відносин сприяли появі різноманітних спілок кооперативів, які намагалися захищати групові соціальні інтереси. У 1989 р. створена **Спілка кооперативів та підприємців України**. Основні завдання – визначення основних напрямів розвитку кооперативного руху, сприяння наданню підприємцям податкових та інших пільг, здійснення соціального захисту підприємців.

Велику роль у консолідації кооперативів та інших підприємств малого і середнього бізнесу відіграє **Федерація профспілок працівників кооперації та інших форм підприємництва** в Україні, яка створена у січні 1990 р. Вона зосередила свою увагу на зміцненні профспілкового руху у недержавному секторі економіки, сприянні розвитку підприємництва, зменшенні податкового тиску та усунення різних порушень в соціально-економічній сфері.

У липні 1990 р. було створено **Спілку малих підприємств України**, яка ставила за головну мету всебічну підтримку малого підприємництва. Спілкою створені і функціонують регіональні центри, представництва, асоціації, фонди.

У липні 1990 р. створена **Спілка орендаторів і підприємців**. Головна мета Спілки - захист економічних, правових, соціальних та інших інтересів її членів і сприяння їх підприємницькій діяльності. За її участю розроблено Закон України з питань приватизації, оренди майна і монополізації. Створені об'єднання заявили про свій намір захищати групові соціально-економічні інтереси.

Другий етап розпочався у 1992 р. і триває до цього часу. Він передбачає активізацію процесів роздержавлення, приватизації і відповідних змін у структурі соціально-економічних сил.

15 лютого 1992 р. було засновано **Український союз промисловців і підприємців**. Головна мета – захист економічних, соціальних та інших спільних інтересів вітчизняних виробників товарів і послуг, сприяння формуванню соціально орієнтованої економіки і захист вітчизняного

товаровиробника.

Підтримку малому підприємництву здійснює **Асоціація сприяння розвитку приватного підприємця в Україні "Єднання"**, яка створена у 1994 р. Сьогоднішніми завданнями асоціації "Єднання" є створення ефективної структури організаційної взаємодії малого підприємництва шляхом координації господарської, комерційної, фінансової та інших видів діяльності своїх членів. Основні види діяльності організації: інформаційна, інноваційна, менеджмент персоналу, розробка баз даних, навчальних програм і менеджмент соціальних відносин.

З метою сприяння реалізації цієї політики та створення відповідних умов для розвитку МСП у грудні 1991 року Кабінет Міністрів України створив Український національний фонд підтримки підприємництва і розвитку конкуренції, який у серпні 1995 року згідно з постановою Кабінету Міністрів України № 687 був перетворений в Український фонд підтримки підприємництва (УФПП)

Указом Президента України від 12.05.98 і Законом України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19.10.00 УФПП визначено як організацію, що здійснює фінансове забезпечення реалізації державної політики підтримки підприємництва на загальнонаціональному рівні. УФПП є державною некомерційною і неприбутковою організацією. За своїм статусом, завданнями і можливостями УФПП – це унікальна структура, яка здійснює за державні кошти пільгову фінансову підтримку підприємництва згідно з затвердженими Урядом програмами.

В Україні створено багато корпоративних організацій, які об'єднують різні групи підприємців. Однак з часом вони перетворюються на нежиттєздатні структури або зовсім припиняють свою діяльність. У сфері підприємництва відбувається постійне оновлення та створення нових організацій.

Таким чином самоорганізація малого підприємництва є самоорганізацією середнього класу громадян, який є опорою державності у будь-якому демократичному суспільстві. Тому

держава повинна стимулювати і підтримувати самоорганізацію малого підприємництва, цим вона зміцнюватиме власні засади.

Інкубатор є однією з дійових форм забезпечення прямого і непрямого економічного сприяння суб'єктів малого підприємництва. Це спеціальна організація, головним завданням якої є створення сприятливого клімату для розвитку підприємництва. За своїми масштабами вони можуть бути різними - від невеликих інкубаторів до великих центрів розвитку малого підприємства. Головним завданням інкубаторів є наданням підприємцям комплексних юридичних послуг юридичних, інформаційних, підготовки кадрів, пошуку інвесторів і надання в оренду обладнання. Інкубатори виконують три головні функції:

- **першою** важливою функцією є здійснення експертизи при створенні фірми. Такі послуги гарантують підприємцю захист від помилок і успішне здійснення перших етапів діяльності. Консультаційна діяльність поєднується з навчальними програмами;

- **друга** функція інкубаторів поєднується з фінансуванням клієнтів. Рекомендації спеціалістів сприяють отриманню кредитів або фінансуванню на перших етапах створення фірми;

- **третья** функція сприяє економічному розвитку регіонів шляхом створення нових робочих місць, нових підприємств і формування їх інфраструктури.

В сфері інфраструктури розвитку малого підприємництва за даними ДРСУ станом на 01.01. 2014 р. в Україні на сьогодні діє 226 фондів підтримки підприємництва, 480 бізнес-центрів, 79 бізнес-інкубаторів, 3034 інвестиційних та інноваційних фондів і компаній, 4238 інформаційно-консультативних установ

Більшість об'єктів інфраструктури підприємництва виникають стихійно або під певну програму зарубіжної технічної допомоги. Створення інкубаторів потребує великих капітальних вкладень, вони мало прибуткові. Тому вони є непривабливими для інвесторів. Це питання повинна вирішувати держава шляхом встановлення пільг в оподаткуванні, паритетним фінансуванням проектів, надавати

кошти в регіонах для підтримки об'єктів інфраструктури малого підприємництва, устаткування, фондів, нежилых приміщень.

Для забезпечення життєздатності підприємців, поряд з державною підтримкою, потрібна міжнародна фінансово-технічна допомога малому підприємству. Для фінансової підтримки потрібно вирішити такі проблеми:

- створити систему інформаційних і дорадчих послуг;
- організувати відповідні навчальні програми і стажування;
- налагодити співробітництво з міжнародними організаціями і окремими країнами шляхом створення двохсторонніх Центрів підтримки підприємництва і залучити до цієї справи іноземних експертів;
- надавати пільгові кредити і страхові гарантії.

Міжнародна технічна допомога є не тільки важливим аспектом розвитку міжнародних зв'язків України. Вона розглядається донорами як допомога уряду України у виконанні програми реформування економіки країни і перший крок інвестування у цю справу.

ТЕМА 9. ТІНЬОВА ЕКОНОМІКА В БІЗНЕСІ

9.1. Генезис, сутність та структура тіньової економіки

9.2. Механізм функціонування тіньової економіки

9.3. Оцінка масштабів тіньової економічної діяльності суб'єктів підприємництва

9.4. Основні напрями легалізації тіньової підприємницької діяльності

9.1. Генезис, сутність та структура тіньової економіки

Феномен тіньової економіки – явище дуже складне, що набуло світових масштабів. Тіньова економіка має діагноз «хронічної хвороби» в багатьох країнах, незалежно від їх політико-економічної системи. Зародження тінізації відбулося в далекому історичному минулому (наприклад, почали карбувати монети – з'явилися фальшивомонетники), але особливо великого розмаху вона набула в період капіталістичної цивілізації. Існувала вона й у колишньому СРСР, але

найактивніший її розвиток припав на 1970–1980 роки. Основною причиною тінізації тоді була неможливість практичної реалізації відносин соціалістичної суспільної власності на засоби виробництва. Це виявилось, насамперед, у глибинній суперечності державних, колективних та особистих економічних інтересів.

Однією з перших серйозних праць з питань тіньової економіки є стаття американського економіста П. Гутмана «Підпільна економіка» (1977 р.), в якій висловлено думку про те, що неврахованою економічною діяльністю більше нехтувати не можна.

Сьогодні немає єдиного науково обґрунтованого поняття тіньової економіки. Найбільш часто вживаним можна вважати визначення тіньової економіки, запропоноване Е. Фейгом у 1979 р.: «до **тіньової економіки** належить уся економічна діяльність, яка з будь-яких причин не враховується офіційною статистикою і не входить до ВВП». **Тіньова економіка** – це економічна діяльність суб'єктів господарювання (фізичних і юридичних осіб), яка не враховується, не контролюється й не оподатковується державою і (або) спрямована на отримання доходу шляхом порушення чинного законодавства.

Більшість зарубіжних дослідників цієї проблеми виокремлюють у тіньовій економіці дві складові:

- 1) легальну неофіційну економічну діяльність;
- 2) нелегальну економічну діяльність кримінального характеру.

Серед вітчизняних учених найбільшого поширення та визнання набув підхід, за яким всі види тіньової економічної діяльності у сфері підприємництва поділяються на три блоки (рис. 9.1):

- 1) легальне нерегламентоване державою виробництво товарів і надання послуг («неформальна економіка»);
- 2) порушення в межах дозволеної економічної діяльності («підпільна економіка»);
- 3) заборонені види діяльності («незаконна економіка»).



Рис. 9.1. Структура тіньової економічної діяльності суб'єктів підприємництва

Структура тіньової економіки в кожній окремо взятій країні та її основні риси визначаються наявною системою господарювання (директивно-планова, ринкова, змішана, перехідна тощо) і характером відносин власності.

9.2. Механізм функціонування тіньової економіки

Основна частина видів діяльності, які належать до тіньової економіки, провадиться з порушенням вимог і обмежень, висунутих державою до економічної діяльності суб'єктів підприємництва.

Можна виділити такі обмеження і вимоги:

1. Вимушені («позитивні»):
 - збереження життя і здоров'я членів суспільства;
 - збереження матеріальних і культурних цінностей;
 - захист цілісності та інтересів держави;
 - створення умов для соціальної стабільності й економічного розвитку суспільства;

– формування системи державного управління соціально-економічними процесами тощо.

2. Надмірні:

- посилення оподаткування;
- адміністративні бар'єри щодо здійснення підприємницької діяльності;
- надмірна регламентація економічної діяльності тощо.

Порушення державних вимог і обмежень визначаються такими причинами:

- недосконалість і суперечливість законодавчої бази, яка регламентує підприємницьку діяльність;
- низька ефективність системи державного управління і некомпетентність програм, які вона реалізує;
- економічна вигода від порушень і обмежень;
- силовий державний і недержавний примус;
- наявність попиту на аморальні і соціально негативні товари (наркотики, зброя, проституція) .

Звичайні (найпростіші) механізми тіньової діяльності спостерігаються в межах неврахованого офіційною статистикою легального виробництва продукції (неформальна економіка). Спільною рисою цього виду діяльності є те, що не ведеться облік отриманих таким шляхом доходів при визначенні офіційного сукупного доходу фізичної особи, який має підлягати оподаткуванню.

Наймасовішим видом тіньової економіки є ухилення від сплати податків і обов'язкових платежів. Способами таких ухилень є:

- нелегальне виробництво товарів;
- неврахований обіг товарів і послуг;
- незаконне отримання і використання податкових пільг;
- приховування реальних обсягів прибутків і доходів;
- прихований дохід (для фізичних осіб);
- штучне банкрутство і штучна неплатоспроможність;
- приховування або фальсифікація звітної документації і інформації про господарську діяльність;
- зміна резидентства суб'єкта економічної діяльності.

9.3. Оцінка масштабів тіньової економічної діяльності суб'єктів підприємництва

Для оцінки розмірів тіньової економіки найчастіше використовують такі методи:

- соціологічні (опитування, обстеження);
- статистичні (аналіз розбіжностей даних офіційної статистики, оцінка нарахованої вартості складових ВВП);
- монетарні (аналіз попиту на готівкові гроші, аналіз обсягів грошових операцій);
- структурні (галузеві) методи (експертний метод, метод домінування, метод зіставлення галузей);
- спеціальні (метод дослідження зайнятості, метод стійких взаємозв'язків, метод Палермо).

Основні причини, які сприяють посиленню і зростання тіньового сектору економіки на сучасному етапі:

- брак стабільного і збалансованого законодавства;
- недосконалість системи обліку та звітності;
- потужний податковий прес;
- відсутність інвестиційної альтернативи тіньовим капіталам;
- безконтрольне зростання кількості кримінальних структур і безкарність їх діяльності, інтеграцію організованої злочинності з суб'єктами економічної діяльності;
- незахищеність громадян і підприємств від посягань злочинних формувань;
- адміністративні бар'єри;
- втрата історичних традицій, моральних та етичних норм, які лежать в основі поваги до приватної власності, кодексу підприємницької та робітничої честі тощо.

Соціально-політичними причинами живучості тіньової економіки певною мірою є:

- нестабільність політичної обстановки;
- недооцінка суспільної небезпеки існування тіньової економіки;
- неадекватність форм і методів діяльності правоохоронних органів у зв'язку з якісними змінами в тіньовій економіці.

4. Основні напрями детінізації тіньової підприємницької діяльності

Формування дієвої стратегії детінізації економіки потребує насамперед визначити основні чинники тінізації.

1. Відсутність повноцінного ринкового середовища.
2. Недостатність інституційного забезпечення економічної політики.
3. Неєфективність управління державною власністю і захисту прав власників.
4. Системні вади податкової системи.
5. Незбалансованість державної регуляторної політики.
6. Недосконалість бюджетної політики.
7. Деформація структури зайнятості.
8. Недоліки у діяльності судової влади.
9. Корупція.

Зазначені причини розвитку тіньової економіки призводять до негативних наслідків у офіційному економічному секторі, серед яких:

- втрата податкових надходжень до бюджету, і як результат - ускладнення виконання фінансових зобов'язань держави;
- недовіра до управлінських рішень внаслідок відсутності повної та об'єктивної офіційної інформації про розвиток економічних процесів в Україні;
- скорочення внутрішніх інвестиційних ресурсів в Україні через ускладнення відкритого витрачання тіньовими структурами прихованих від оподаткування доходів та їх відплив за кордон;
- зменшення інтересу потенційних стратегічних інвесторів до українських підприємств, що значно гальмує процеси приватизації та фінансового оздоровлення виробництва;
- негативний вплив на зростання рівня криміналізації суспільства через збільшення кількості економічних злочинів тощо.

Значна тінізація економічного обороту, недостатність державних зусиль щодо її подолання призводять до

викривлення принципів громадянського суспільства, формують негативний імідж України у світі, стримують надходження в країну іноземних інвестицій, не сприяють налагодженню торговельно-економічних стосунків українських підприємств із зарубіжними партнерами, стримують євроінтеграційні зусилля України. Все це об'єктивно зумовлює здійснення активних дій щодо детінізації (легалізації) економіки.

Детінізація економіки – це цілісна система заходів, спрямована передусім на викорінення причин та передумов виникнення виявив тіньової економіки. Рівень тінізації економіки наразі залишається. Хоча тінізація існує об'єктивно, її рівень більше 40% ВВП є загрозою національній економіці.

Ефективна детінізація можлива лише за послідовної реалізації державою комплексу заходів щодо:

- створення умов для легалізації зайнятості;
- сприяння розвитку банківської системи та забезпечення ефективної діяльності фінансових ринків;
- скорочення рівня монополізації виробництва та розвитку конкурентного середовища;
- підвищення ефективності державного нагляду та контролю за підприємницькою діяльністю шляхом застосування економічних механізмів майнової відповідальності та банкрутства з одночасним обмеженням повноважень державних регулятивних органів щодо адміністративного втручання у господарську діяльність підприємств;
- посилення захисту права власності та майнових прав держави;
- забезпечення прозорості діяльності органів виконавчої влади;
- підвищення ефективності системи управління корпоративними правами;
- правового забезпечення процесу легалізації (амністії) доходів, отриманих внаслідок приховування від надмірного оподаткування.

До **спеціальних заходів** протидії **тінізації** слід віднести такі:

– Активні заходи з подолання корупції в центральних і місцевих органах державної влади та в органах місцевого самоврядування.

– Приведення у відповідність з новими соціальними та економічними умовами цивільного, господарського, кримінального, процесуального законодавства.

– Забезпечення максимальної гласності та прозорості здійснення приватизації, прийняття рішень у приватизаційних конкурсах, управління державними пакетами акцій тощо.

– Посилення контролю за ефективністю використання державної власності.

– Зміцнення державного контролю за цільовим використанням бюджетних коштів, кредитних ресурсів та іноземних інвестицій.

– Посилення контролю за зовнішньоторговельними операціями з метою виявлення та припинення демпінгового експорту, контрабандного імпорту.

ТЕМА 10. ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

10.1. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності

10.2. Передумови та механізми державного регулювання підприємництва

10.3. Суть державної підтримки підприємництва

10.4. Етапи формування державної політики підтримки підприємництва в Україні

10.1. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності

Необхідність державного регулювання економіки визначається насамперед тим, що приватний бізнес не зацікавлений вкладати капітал у такі проекти, які не дають високого прибутку, проте для суспільства вони є життєво необхідними. Ринкова економіка не спроможна регулювати всі економічні та соціальні процеси в інтересах суспільства. Вона

не забезпечує справедливого розподілу доходів, не гарантує права на працю, не націлює на охорону навколишнього середовища й не підтримує незахищені верстви населення. Про все це повинна дбати держава.

Державне регулювання підприємницької діяльності – це вплив держави на діяльність підприємницьких структур, суб'єктів бізнесу та ринок з метою забезпечення нормальних умов їх функціонування.

Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності виходить з об'єктивно притаманних державі економічних функцій. Основними з них є:

- забезпечення правової основи;
- створення належного правопорядку в країні та національної безпеки;
- стабілізація економіки, тобто стабільний розвиток економіки;
- захист конкуренції як основного регулюючого механізму в ринковій економіці;
- забезпечення соціального захисту та соціальної гарантії;
- фінансування суспільних благ та послуг;
- розробка антимонопольного законодавства та здійснення контролю за його реалізацією;
- регулювання зовнішньоекономічних відносин.

10.2. Передумови та механізми державного регулювання підприємництва

Умови та передумови втручання держави в економіку можуть бути позитивними та негативними.

Негативні умови – це явища та тенденції у різних сферах діяльності, які можуть негативно вплинути на підприємницьку діяльність та економіку країни в цілому. Такими умовами можуть бути: національна безпека, соціальна напруженість у суспільстві, спад виробництва, інфляція, високий рівень безробіття, дефіцит бюджету, погіршення стану навколишнього середовища.

Роль держави полягає у своєчасному виявленні цих тенденцій та явищ, причин їх виникнення та вживанні

відповідних заходів щодо їх усунення.

Позитивні умови – це різні явища та процеси у сферах діяльності, які позитивно впливають на підприємницьку діяльність та економіку країни в цілому. Роль держави у такому разі – своєчасне вжиття відповідних заходів щодо їх підтримки.

Механізм державного регулювання бізнесу – це система заходів, розроблених державою з урахуванням вимог ринку та інтересів суб'єктів бізнесу. Вона складається з правових та фінансових механізмів, механізмів стимулювання й контролю, державних органів і фондів, покликаних займатися діяльністю підприємницьких структур та суб'єктів бізнесу.

Для регулювання економіки держава використовує як економічні (непрямі), так і адміністративні (прямі) методи впливу на підприємницьку діяльність. Світовий досвід показує, що в умовах реформування економіки, у кризових ситуаціях роль держави зростає, а в умовах стабільності зменшується. Проте в усіх випадках держава повинна впливати на підприємницьку діяльність та економіку країни, щоб не руйнувати ринкової основи й не допустити кризових явищ.

До економічних важелів, які застосовуються державою, належать: податки, ціноутворення, перерозподіл доходів, кредитно-фінансові механізми.

Адміністративні важелі використовуються державою у разі, якщо економічні методи не придатні або недостатньо ефективні.

Існує нагальна потреба у прямому **державному контролі над монопольними ринками**. Демоніполізація економіки України забезпечується відповідно до спеціальної програми, яка є складовою частиною єдиної комплексної програми уряду, яка щороку затверджується верховною радою.

Потребують державного регулювання також екологічні наслідки діяльності низки підприємств. Необхідним є проведення природоохоронних заходів, фінансові санкції та жорсткі стандарти господарської діяльності, які гарантують населенню екологічну безпеку.

Наступна галузь – **визначення й підтримка мінімально припустимих параметрів життя населення, захист**

національних інтересів у системі господарських зв'язків.

Важливим методом державного регулювання підприємництва є **амортизаційна політика** – складова частина загальної науково-технічної політики держави. Встановлюючи норми амортизації, порядок її нарахування та використання, держава тим самим регулює темпи та характер відтворення, насамперед швидкість оновлення основних фондів.

Наступний механізм – вплив держави на підприємницьку діяльність за допомогою **фіскальної (бюджетної) політики**. Вона спрямована, насамперед, на вирівнювання економічних коливань. Важливим важелем впливу на підприємницьку діяльність та економіку країни є **інвестиційна політика** держави. За допомогою цієї політики держава безпосередньо може впливати на темпи обсягу виробництва, на зміну структури виробництва, на прискорення науково-технічного прогресу.

10.3. Суть державної підтримки підприємництва

Державна політика підтримки підприємництва – це сукупність (комплекс) пріоритетних народногосподарських підходів і рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку підприємництва з врахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання.

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

Складовими державної політики підтримки та розвитку підприємництва є: цілі, основні принципи, напрями, заходи та інструменти здійснення цієї політики.

Основними цілями державної політики підтримки підприємництва є:

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

Реалізація зазначених цілей забезпечується шляхом підтримки суб'єктів підприємництва за такими **основними напрямками**:

- формування нормативно-правової бази;
- удосконалення податкової та фінансово-кредитної політики;
- забезпечення інформацією;
- сприяння впровадженню технологій та інновацій;
- стимулювання зовнішньоекономічної діяльності;
- підготовка та перепідготовка кадрів.

Основними принципами державної політики підтримки та розвитку суб'єктів підприємництва є:

- системність та комплексність механізмів державного регулювання розвитку суб'єктів підприємницької діяльності;
- цілеспрямованість та адресність підтримки суб'єктів підприємництва шляхом вибору пріоритетів та концентрації ресурсів для їх реалізації;
- рівноправний доступ суб'єктів, підприємства усіх форм власності до матеріально-сировинних, фінансових та інших ресурсів.

10.4. Етапи формування державної політики підтримки підприємництва в Україні

Аналіз світового досвіду показує, що виконання підприємництвом своєї суттєвої економічної та соціальної ролі можливе лише за умови виваженої державної політики всебічної підтримки цього сектору економіки. Державна політика підтримки та розвитку підприємництва в Україні лише започатковується, але умовно можна виділити декілька етапів її формування.

1. Початковий (підготовчий) етап (1987–1990 рр.)

Формування попередніх правових, організаційних та економічних засад було започатковано прийняттям 1987 р. Закону СРСР у «Об индивидуальной трудовой деятельности граждан в СССР» та в 1988 р. Закону СРСР "Про кооперацію", що сприяло частковій легалізації індивідуального бізнесу (підприємництва), відкрило багатьом більший доступ до створення власної справи, поклали початок розвитку малого та середнього бізнесу.

2. Перший етап формування політики підтримки підприємництва в Україні (1991–1995 рр.)

Реальне формування державної політики підтримки підприємництва в Україні починається з 1991 р., а саме з прийняття 7 лютого 1991 р. третьою сесією Верховної Ради України дванадцятого скликання Закону України "Про підприємництво" та утворення Державного комітету України по сприянню малим підприємствам і підприємництву (травень 1991 р.). Логічним кроком було схвалення у березні 1993 р. Кабінетом Міністрів «Програми державної підтримки підприємництва в Україні»

3. Другий етап державної політики підтримки підприємництва (1996–нині).

Розпочався у 1996 р., схваленням Кабінетом Міністрів України Концепції державної політики розвитку малого підприємництва, конституційним закріплення свободи підприємництва (28 червня 1996 року), затвердженням Кабінетом Міністрів Програми розвитку малого підприємництва на 1997-1998 рр., утворенням Державного

комітету з питань розвитку підприємництва (липень 1997 р.) і підписанням президентом України указів" Про державну підтримку малого підприємництва" (травень 1998 р.) і "Про спрощення системи оподаткування, обліку і звітності суб'єктів малого підприємництва" (липень 1998 р.). Закони та інші нормативні акти повинні сприяти залученню до підприємницької діяльності широких верств населення, стимулювати його розвиток шляхом створення сприятливого податкового, цінового, інвестиційного, інноваційного кліматів, а також умов для здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

Список рекомендованої літератури:

1. Акіліна О. В., Пасічник В. Г. Основи підприємництва (навч.-метод. комплекс) : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 176 с.
2. Варналій З. С. Основи підприємництва : навч. посібник. Київ : Знання-Прес, 2002. 239 с.
3. Генеруй бізнес-ідею. Посібник для підприємця. *Міжнародна організація праці. Навчальні матеріали в рамках проєкту МОП «Інклюзивний ринок праці для створення робочих місць в Україні.* 2015. 65 с.
4. Гой І. В., Смялянська Т. П. Підприємництво : навч. посіб. Київ : «Центр навчальної літератури», 2013. 368 с.
5. Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2006. 320 с.
6. Ерік Райз. Стартап без помилок. Посібник зі створення успішного бізнесу з нуля. Київ : Vivat. 2016. 398 с.
7. Захарчишин Г. М. Основи підприємництва : навч. посібник. Київ : Знання, 2008. 437 с.
8. Колот В. М., Щербина О. В. Підприємництво: навч.-метод. посіб. для самостійного вивч. дисц. : вид 2-ге, без змін. Київ : КНЕУ, 2006. 160 с.
9. Колот В., Репіна І., Щербина О. Підприємництво : організація, ефективність, бізнес-культура : навч. посіб. Вид. 3-тє, без змін. Київ : КНЕУ, 2010. 444 с.
10. Олександр Остервальдер, Ів Піньє. Створюємо бізнес-модель. Київ : Наш формат. 2017. 218 с.

11. Подлевський А. А. Конспект лекцій з навчальної дисципліни «Бізнес-план: просто про складне» для здобувачів вищої освіти першого (бакалаврського) та другого (магістерського) рівнів усіх освітньо-професійних програм спеціальностей НУВГП денної і заочної форм навчання [Електронне видання]. Рівне : НУВГП, 2021. 57 с. URL; <http://ep3.nuwm.edu.ua/20828/>

12. Розпочни свій бізнес. Навчальний посібник для потенційних підприємців і підприємців-початківців. *Міжнародна організація праці. Навчальні матеріали в рамках проекту МОП «Інклюзивний ринок праці для створення робочих місць в Україні.* 2015. 116 с.

13. Савіна Н. Б., Костюкевич А. М Підприємництво і бізнес-планування : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2011. 191 с.

14. Сизоненко В. О. Сучасне підприємництво: навч. посіб. Київ : Знання-Прес, 2008. 440 с.

15. Скібіцький О. М., Матвеев В. В., Скібіцька Л. І. Організація бізнесу: менеджмент підприємницької діяльності : навч. посіб. Київ : Кондор, 2011. 911 с.

16. Тирпак І., Тирпак В., Жуков С. Основи економіки та організації підприємництва : навч. пос. Київ : Кондор, 2011. 283 с.

17. Ярошевич Н., Берлінг Р., Гавриляк А. Підприємництво і менеджмент : навч. посіб. Львів : Новий Світ-2000, 2010. 407 с.