

КОСТЮКЕВИЧ А.М.
КРОЛЬ В.В.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Міністерство освіти і науки України
Національний університет водного господарства та
природокористування

А. М. Костюкевич
В. В. Кроль

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Навчальний посібник

Рівне – 2024

УДК 658:334.722(075.8)

К72

Рецензенти:

Лемішовський В. І., кандидат економічних наук, проректор з економічних питань Національного університету «Львівська Політехніка», м. Львів;

Нікитенко Д. В., доктор економічних наук, професор Національного університету водного господарства та природокористування, м. Рівне.

Рекомендовано Вченою радою Національного університету водного господарства та природокористування.

Протокол № 10 від 25 жовтня 2024 р.

Костюкевич А. М., Кроль В. В.

К72 Організація власного бізнесу : навч. посіб. – Рівне : НУВГП. 2024. – 178 с.

ISBN 978-966-327-610-6

Навчальний посібник підготовлено з метою надання методичної допомоги студентам для формування цілісної системи знань, умінь та практичних навичок, необхідних для організації власного бізнесу. Матеріал навчального посібника структурований таким чином, щоб забезпечити студентів чіткими знаннями на всіх етапах створення власної справи – від підготовки та реєстрації до управління бізнесом. Посібник охоплює широкий спектр тем, зокрема поняття бізнесу, права та обов'язки підприємця, лідерство, організаційно-правові форми, державну реєстрацію та оподаткування, а також важливі аспекти фінансування, маркетингу та найму персоналу.

УДК 658:334.722(075.8)

ISBN 978-966-327-610-6

© А. М. Костюкевич,

В. В. Кроль, 2024

© НУВГП, 2024

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ЗМІСТ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ.....	8
ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ ..	8
ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ	8
1.1. Поняття та функції сучасного бізнесу	8
1.2. Підприємницький бізнес, його ознаки та принципи	10
1.3. Види бізнесу	12
1.4. Умови розвитку бізнесу	14
ТЕМА 2. ПІДПРИЄМЕЦЬ ТА ЙОГО ДІЛОВІ ЯКОСТІ.....	19
2.1. Поняття та функції підприємця.....	19
2.2. Права, обов'язки та відповідальність підприємця	21
2.3. Відмінність підприємця від бізнесмена.....	23
ТЕМА 3. ЛІДЕРСТВО ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ БІЗНЕСУ	26
3.1. Конкурентні переваги як запорука лідування бізнесу	26
3.2. Розвиток лідируючих позицій бізнесу на основі можливостей	30
3.3. Лідерство в бізнесі: світова та вітчизняна практика	32
ТЕМА 4. СПОСОБИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ.....	36
4.1. Способи організації власного бізнесу	36
4.2. Поняття суб'єкта підприємництва	39
4.3. Фізичні особи-підприємці.....	40
4.4. Організаційно-правові форми юридичних осіб	41
4.5. Поняття унітарних та корпоративних підприємств	43
4.6. Господарські товариства.....	45
4.7. Об'єднання підприємств.....	47
ТЕМА 5. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ БІЗНЕСУ	51
5.1. Вибір видів економічної діяльності	51
5.2. Установчі документи та статутний капітал	52
5.3. Поняття державної реєстрації та Єдиного державного реєстру	56
5.4. Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб- підприємців	58
ТЕМА 6. ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ	64
6.1. Визначення податку та його види	64

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

6.2. Застосування спрощеної системи оподаткування	66
6.3. Поняття реєстратора розрахункових операцій	71
ТЕМА 7. ОТРИМАННЯ ДОЗВОЛІВ НА ПОЧАТОК РОБОТИ	74
7.1. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню	74
7.2. Ліцензія та ліцензійні умови	75
7.3. Одержання, переоформлення та анулювання ліцензії	76
7.4. Реєстрація декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці	81
ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСУВАННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ	83
8.1. Джерела фінансування власного бізнесу	83
8.2. Залучення ресурсів шляхом використання різних форм державної та міжнародної фінансової підтримки	84
ТЕМА 9. МАРКЕТИНГ У БІЗНЕСІ	92
9.1. Цілі та інструменти маркетингу	92
9.2. Реклама як інструмент просування власного бізнесу	96
ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ	98
10.1. Сутність матеріально-технічного забезпечення	98
10.2. Вибір постачальників для власного бізнесу	101
ТЕМА 11. ПОШУК ТА НАЙМ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ	104
11.1. Пошук персоналу для власного бізнесу	104
11.2. Найм персоналу	109
12.1. Загальні положення про договори у бізнесі	113
12.2. Види договорів та їх характеристика	115
12.3. Способи забезпечення виконання договорів	117
ТЕМА 13. ПРИПИНЕННЯ БІЗНЕСУ	122
13.1. Загальні підстави припинення бізнесу	122
13.2. Процедура припинення ФОП	124
13.3. Процедура припинення юридичних осіб	125
ТЕСТИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ	132
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	175

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ВСТУП

Сучасний світ відкриває широкі можливості для тих, хто прагне реалізувати свої ідеї та амбіції через власний бізнес. Проте, процес створення та ведення бізнесу є багатограним та вимагає глибокого розуміння не лише економічних аспектів, але й юридичних, організаційних та управлінських питань. Цей посібник створено з метою надати студентам комплексні знання та практичні інструменти, необхідні для успішної організації власного бізнесу.

Значне зростання ролі малого та середнього бізнесу в економіці України, особливо в умовах сучасних викликів, які постають перед підприємцями зумовлює актуальність викладеного матеріалу. Економічна нестабільність, глобальні зміни та цифрова трансформація вимагають від бізнесу гнучкості, інноваційності та швидкої адаптації до нових умов. У цьому контексті здатність організувати та ефективно керувати власною справою стає вирішальним фактором успіху.

Важливість видання обумовлена необхідністю розвитку підприємницького мислення серед молоді, яка є рушійною силою суспільних змін. Опанування навичками підприємництва дозволяє не лише створювати нові робочі місця, але й сприяти економічному зростанню країни загалом. Цей посібник стане надійним помічником для студентів у їхньому прагненні відкрити власну справу, надаючи їм необхідні знання та практичні рекомендації.

Посібник охоплює всі етапи створення бізнесу, починаючи від підготовчого етапу, який включає вивчення основних понять бізнесу, ролі підприємця та важливості лідерства, до реєстрації бізнесу, вибору системи оподаткування та отримання необхідних дозволів. Особливу увагу приділено питанням фінансування, маркетингу, матеріально-технічного забезпечення, найму персоналу та договірних відносин у бізнесі. Крім того, розглянуто процес припинення бізнесу, що також є важливою складовою життєвого циклу підприємства.

Посібник призначений для студентів, які цікавляться особливостями та механізмом підприємницької діяльності та/або прагнуть глибше зрозуміти організаційні засади бізнесу. Він

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

допоможе оволодіти необхідними знаннями та розвинути навички, що сприятимуть успішній реалізації бізнес-ідей у реальному житті.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

СПИСОК СКОРОЧЕНЬ

ЄДР – єдиний державний реєстр.

ГКУ – Господарський кодекс України.

КВЕД – Класифікація видів економічної діяльності.

НБУ – Національний банк України

ПКУ – Податковий кодекс України.

РРО – реєстратор розрахункових операцій.

СПД – суб'єкт підприємницької діяльності.

ЦКУ – Цивільний кодекс України.

ФО – фізична особа.

ФОП – фізична особа-підприємець.

ЮО – юридична особа.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ ПІДГОТОВЧИЙ ЕТАП ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ТЕМА 1. ПОНЯТТЯ СУЧАСНОГО БІЗНЕСУ

- 1.1. *Поняття та функції сучасного бізнесу*
- 1.2. *Підприємницький бізнес, його ознаки та принципи*
- 1.3. *Види бізнесу*
- 1.4. *Умови розвитку бізнесу*
- 1.5. *Нормативно-правова основа організації власного бізнесу*

Ключові слова:

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| ➤ Бізнес | ➤ Комерційний бізнес |
| ➤ Виробничий бізнес | ➤ Об'єкти ринку |
| ➤ Ділова творчість | ➤ Ознаки бізнесу |
| ➤ Економічна самостійність | ➤ Потреби |
| ➤ Економічна | ➤ Підприємництво |
| відповідальність | ➤ Ринок |
| ➤ Економічна | ➤ Рушійні сили бізнесу |
| рівноправність | ➤ Стратегія бізнесу |
| ➤ Економічний інтерес | ➤ Суперечність |
| ➤ Елементи ринкової | ➤ Тактика бізнесу |
| економіки | ➤ Функції бізнесу |
| ➤ Конкуренція | ➤ Фінансовий бізнес |

1.1. Поняття та функції сучасного бізнесу

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

В сучасній навчальній та науковій літературі є безліч тлумачень цього поняття, що в першу чергу пов'язано з відсутністю його законодавчого визначення:

«*Бізнес* – ділові відносини між людьми з метою отримання доходу чи певних вигод [25]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

«Бізнес – загальне поняття, що характеризує економічну активність суб'єктів господарювання для досягнення поставленої мети отримання прибутків [25]».

«Бізнес – справа, заняття, економічна діяльність, спрямована на отримання прибутку [25]».

Основними функціями бізнесу є:

- ведення фінансів і обліку – мобілізація капіталу за рахунок засобів інвесторів і кредиторів; нагромадження доходу від продажу; управління використанням капіталу та доходів у межах бізнесу і поза ним;

- кадрова – пошук та найм працівників відповідно до потреб бізнесу;

- матеріально-технічне забезпечення – придбання сировини, машин, обладнання, необхідних для господарської діяльності;

- виробнича – перетворення сировини на такий вид продукції, який придатний для продажу клієнтам фірми;

- маркетинг – визначення потреб споживачів.

Бізнес неможливий без спонукаючих впливів, які змушують людей ним займатися. Такі впливи називають рушійними силами бізнесу (рис. 1.1).

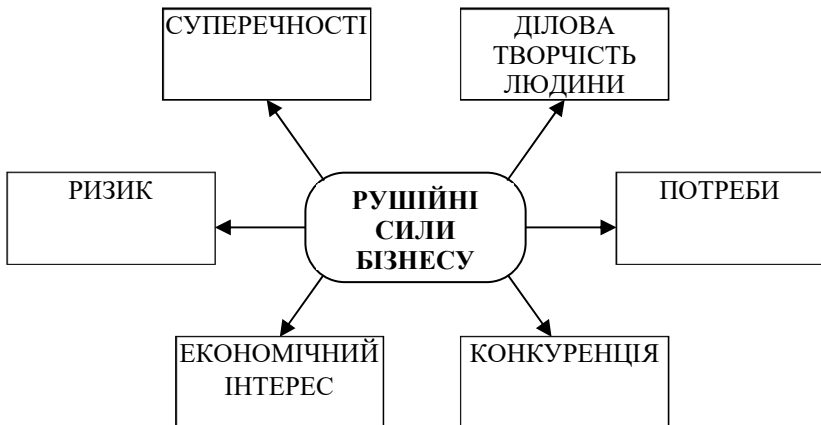


Рис. 1.1. Рушійні сили бізнесу

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Бізнес має низку характерних ознак, а саме [12]:

- орієнтація на одержання певних вигод;
- реалізація власних інтересів незалежно від реалізації інтересів контрагентів;
- здатність та готовність іти на ризик;
- вміння застосовувати прийоми ділового спілкування з метою досягнення найбільшої вигоди;
- здатність своєчасно приймати конкретні заходи для забезпечення вигідної позиції;
- здатність диференціювати результати угод, визначати пріоритети діяльності.

1.2. Підприємницький бізнес, його ознаки та принципи

Відповідно до норм Господарського кодексу України, *підприємницький бізнес (підприємництво)* – «...це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою одержання прибутку та досягнення економічних і соціальних результатів [3]».

Підприємництво являє собою самостійне організаційно–господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових товарів або старих новими методами, відкриття метою отримання прибутків та самореалізації власної мети.

Згідно до статті 42 Господарського кодексу, підприємництво «...характеризується такими ознаками, як самостійність, ініціативність, систематичність, власний ризик, та спрямованість на визначений результат – одержання економічних та соціальних результатів та отримання прибутку [3]». Розглянемо детально ці ознаки.

1. Ініціативність і самостійність. Зміст цієї ознаки пояснюється по-різному. В економічній літературі суть ознаки самостійності і незалежності суб'єктів господарювання пояснюється тим, що кожна людина, яка стає підприємцем, вирішує самостійно всі питання діяльності свого підприємства,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

виходячи з економічної вигоди і ринкової кон'юнктури. В юридичній літературі, на думку одних учених, термін «самостійність» підкреслює той факт, що втручання в підприємництво органів влади й управління можливе лише у встановлених законом межах. Інші вчені під ініціативністю розуміють те, що підприємець розпочинає діяльність на свій розсуд. Ініціативність і самостійність підприємництва відбивається в нормах ГКУ. По-перше, підприємці мають право без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, не заборонену законом (ч. 1, ст. 43 ГКУ). Це положення конкретизується у принципах підприємництва, що сформульовані у ст. 44 ГКУ [3]:

- 1) вільний вибір видів підприємницької діяльності;
- 2) самостійне формування програми діяльності, вибору постачальників і споживачів, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- 3) вільний найм працівників;
- 4) комерційний розрахунок та власний комерційний ризик;
- 5) вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- 6) самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності.

2. Творчий та інноваційний характер, що виявляється у пошуку нових можливостей, орієнтації на нововведення.

3. Систематичність (регулярність, постійність).

4. Ризиковий характер, тобто перекладання на підприємця тягаря передбачення несприятливих наслідків (збитків) і вжиття заходів щодо їх усунення, не пов'язане з поведінкою підприємця.

5. Цільове спрямування на одержання прибутку – деякі автори підкреслюють, що метою підприємництва є одержання не прибутку взагалі, а саме підприємницького прибутку – особливого виду доходу, винагороди за наполегливість,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

специфічну творчу активність у сфері приватного бізнесу. Вважають, що прибуток підприємця складається з двох елементів: звичайного прибутку ділової людини і надлишку над звичайним прибутком. Другий елемент і є підприємницьким доходом у вигляді форми суспільної винагороди за інноваційний пошук, новаторство у виробництві.

6. Самостійна юридична відповідальність. Вчені порізненому називають відповідальність підприємця. Деякі з них згадують майнову відповідальність, інші – окрім майнової, також фінансову або повну економічну відповідальність.

7. Соціально відповідальний характер. Соціальна відповідальність визначається як суспільна відповідальність, тобто очікування того, що суб'єкти підприємництва мають діяти в інтересах суспільства і робити свій внесок у вирішення суспільних і соціальних проблем. Також «...соціальна відповідальність визначається як:

- зобов'язання здійснювати таку політику, приймати такі рішення і діяти таким чином, щоб це було бажано з точки зору мети і цінностей суспільства;
- рішення підприємців і їхні дії, що вживаються за межами безпосередніх економічних або технічних інтересів фірм;
- економічні, правові, етичні сподівання, що суспільство пов'язує з підприємницькими організаціями» [1].

1.3. Види бізнесу

Найпоширенішими класифікаційними ознаками, що характеризують види бізнесу є предмет діяльності, розмір, наявність обмежень, ступінь новизни тощо.

За ознакою предмета діяльності бізнес поділяється на виробничий, комерційний та фінансовий.

«*Виробничий бізнес* – це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей [5]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Виробничий бізнес належить до найбільш суспільно необхідних і водночас найскладніших видів бізнесу. Він не приносить прибуток так швидко, як інші види бізнесу, його прибутковість зазвичай становить лише 10–12%. У зв'язку з цим такий бізнес не є надто привабливим для започаткування підприємницької діяльності.

«Комерційний бізнес – діяльність, пов'язана з операціями та угодами з купівлі-продажу товарів і послуг [5]».

В цьому бізнесі підприємець виступає в ролі торговця, комерсанта, який купує товари для подальшого перепродажу.

Товар закупається за оптовими (гуртовими) цінами, а продається – за вищими, договірними. Завдяки різниці цін підприємець створює для себе прибуток і покриває витрати, пов'язані з реалізацією товару.

Комерційний бізнес має найбільший розвиток в Україні, тому що вкладений капітал повертається швидше і цей вид характеризується відносно високою прибутковістю (20–30% і навіть більше).

«Фінансовий бізнес – це особливий вид комерційної діяльності, пов'язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют, цінних паперів, а також із обслуговуванням розрахункових операцій [5]».

Підприємець купує ці фінансові ресурси у їх власників, а потім з вигодою для себе перепродає покупцям або дає в борг за певну плату.

Різниця між цінами купівлі та продажу грошових ресурсів становить маржу фінансового підприємця. З цієї різниці покриваються витрати та формується прибуток.

Важливою є класифікація бізнесу за розміром, оскільки такий поділ впливає на вибір системи оподаткування, доступу до державних програм підтримки.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

В Законі України «Про розвиток та державну підтримку малого та середнього підприємництва в Україні» наведена така класифікація бізнесу за розміром [23]:

✓ мікропідприємництво (фізичні особи – підприємці та юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період не перевищує 10 осіб та річний дохід не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ);

✓ мале підприємництво (фізичні особи – підприємці та юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період не перевищує 50 осіб та річний дохід від діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ);

✓ велике підприємництво (юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом НБУ).

Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів «середнього підприємництва».

1.4. Умови розвитку бізнесу

Бізнес розвивається у певному соціально-економічному та історичному середовищі. Для його розвитку необхідна низка передумов, а саме економічні, політичні, юридичні, психологічні.

В основі *економічних передумов* є наявність різних форм власності (приватні, державні, кооперативні, колективні власники), а рішення стосовно ведення бізнесу, пошуку партнерів, використання ресурсів приймаються власниками на свій розсуд та ризик. Ще однією з економічних умов є існування ринкової інфраструктури (банки, кредитні спілки, біржі, транспортна система тощо).

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Політичні передумови передбачають створення сприятливого політичного середовища для бізнесу: захист від недобросовісної конкуренції; ефективна податкова, фінансово-кредитна, митна та інша політики.

Юридичні передумови розвитку бізнесу ґрунтуються на нормах законодавства, які є однаковими для всіх учасників ринку («правила гри»).

Психологічні передумови полягають у створенні позитивного ставлення суспільства до бізнесу.

1.5. Нормативно-правова основа організації власного бізнесу

Нормативно-правова основа бізнесу – це сукупність нормативно-правових документів, які визначають порядок створення, реєстрацію бізнесу, організаційні-правові форми, порядок організації виробництва, забезпечення його необхідними ресурсами, збут, систему оподаткування, відносини між державою та підприємцями, суб'єктів підприємницької діяльності між собою, а також дають підприємцям певні правові гарантії.

Конституційне регулювання відносин у сфері бізнесу здійснюється на основі Конституції України, норми якої встановлюють загальні принципи здійснення підприємництва, а саме «...кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом [7]».

Крім закріплення загального правила, Конституція також встановлює певні обмеження щодо зайняття підприємництвом за ознакою суб'єкта:

- загальні («...підприємницька діяльність депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування обмежується законом [7]».

- конкретні прямі обмеження для певних категорій осіб, а саме для Президента, народних депутатів [7]».

Також в Конституції України зазначається, що держава зобов'язана здійснювати захист конкуренції у підприємницькій діяльності [7].

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Базовими кодифікованими нормативним актами у сфері організації бізнесу є Господарський кодекс України (ГКУ), Цивільний кодекс України (ЦКУ), Податковий кодекс України (ПКУ), Бюджетний кодекс України (БКУ).

Господарський кодекс визначає основні засади господарювання в Україні, містить загальні положення щодо господарських зобов'язань, відповідальності за порушення у сфері господарювання, особливості правового регулювання в окремих сферах господарювання, тобто регулює господарські відносини, що виникають у процесі організації та здійснення господарської діяльності між суб'єктами господарювання, а також між цими суб'єктами та іншими учасниками відносин у сфері господарювання [3].

Цивільний кодекс України регулює особисті немайнові та майнові відносини учасників, встановлює загальні положення щодо фізичних осіб, щодо юридичних осіб та їх організаційно-правових форм, щодо угод [28].

Податковий кодекс України кодифікований закон України, який регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів. В Податковому кодексі вперше в Україні здійснено об'єднання в одному нормативно-правовому акті норм права, якими врегульовано відносини в сфері оподаткування [14].

Закон України «Про захист економічної конкуренції» визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності, забезпечення рівних прав і можливостей для підприємців і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин [18].

Закон України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності» визначає правові та організаційні засади, основні принципи і порядок здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, повноваження органів державного нагляду (контролю), їх посадових осіб і права, обов'язки та відповідальність суб'єктів господарювання під час здійснення [22].

Закон України «Про ліцензування видів господарської діяльності» врегулювано питання щодо особливостей ліцензування, що здійснюється відповідно до спеціальних законів. Законом впорядковуються суспільні відносини у сфері ліцензування видів господарської діяльності, усуваються колізії норм і процедур ліцензування [21].

Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» визначає правові та організаційні засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності і встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та адміністраторів [17].

Закон України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» регулює відносини, що виникають у сфері державної реєстрації юридичних осіб, їхньої символіки (у випадках, передбачених законом), громадських формувань, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб – підприємців [16].

Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємства в Україні» визначає правові та економічні засади державної політики у сфері підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва [23].

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає правове регулювання всіх видів зовнішньоекономічної діяльності в Україні, включаючи зовнішню торгівлю, економічне, науково-технічне співробітництво, спеціалізацію та кооперацію в галузі виробництва, науки і техніки, економічні зв'язки в галузі будівництва, транспорту, експедиторських, страхових, розрахункових, кредитних та інших банківських операцій, надання різноманітних послуг [20].

Закон України «Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту» визначає механізм захисту національного товаровиробника від демпінгового імпорту з інших країн, митних союзів або економічних угруповань. Він регулює засади і порядок порушення та проведення антидемпінгових розслідувань і застосування антидемпінгових заходів [19].

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Чому бізнес вважають основою розвитку економіки?
2. Чи можна вважати бізнес методом господарювання?
3. Чому свобода підприємницької діяльності неможлива без ринку?
4. Що включає термін „економічна свобода”?
5. Що є рушійними силами бізнесу?
6. Що таке фінансове підприємництво?
7. Що є економічною передумовою розвитку бізнесу?
8. В чому полягає зміст політичних передумов розвитку бізнесу?
9. Що таке нормативно-правова основа бізнесу?
10. В чому полягає сутність конституційного регулювання бізнесу?

ТЕМА 2. ПІДПРИЄМЕЦЬ ТА ЙОГО ДІЛОВІ ЯКОСТІ

- 2.1. *Поняття та функції підприємця*
- 2.2. *Права, обов'язки та відповідальність підприємця.*
- 2.3. *Відмінність підприємця від бізнесмена*

Ключові слова:	
➤ Бізнесмен	➤ Підприємець
➤ Відповідальність підприємця	➤ Права підприємця
➤ Обов'язки підприємця	➤ Риски підприємця
	➤ Функції підприємця

2.1. Поняття та функції підприємця

Термін «підприємець» вперше вжив англійський економіст Річард Кантільйон на початку 18 століття, який вважав, що підприємець – це людина, яка діє в умовах ризику.

Підприємець, за висловлюванням Адама Сміта, є власником, який іде на економічний ризик заради реалізації певної комерційної ідеї та отримання прибутку. Підприємець планує та організовує виробництво і розпоряджається його результатами [6].

Жан-Батіст Сей вважав підприємця людиною, яка виробляє продукцію на власний ризик і за власний рахунок з метою отримання прибутку від власної діяльності [6].

На думку Альфреда Маршалла, підприємцем є людина, яка не тільки бере на себе ризик виробництва з метою отримання прибутку, але й має особливий і унікальний талант комбінувати фактори виробництва (землю, працю і капітал) і організовувати виробництво таким чином, щоб отримати найбільший прибуток при найменших витратах [6].

Фредерік Найт визначив підприємця як людину, яка завдяки своїй інтуїції, вмінню передбачати майбутнє та удачі отримує прибуток в умовах невизначеності [6].

Рональд Коуз описав підприємця людиною, яка в умовах недосконалої (обмеженої) інформації має здатність правильно

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

реагувати на зміни в економічному середовищі, робити вибір і приймати ефективні рішення [6].

Йозеф Шумпетер розглядав підприємця людиною, яка здатна впроваджувати нові та прогресивні ідеї, що сприяють науково-технічному прогресу [6].

Отже, аналізуючи різні підходи до визначення поняття «підприємець» можна зробити висновок, що підприємці – «це ті, хто поєднує інноваційні, прогресивні, комерційні та організаційні здібності для пошуку та розвитку нових видів, методів виробництва та нових сфер застосування капіталу, приймає ефективні рішення, здатні реагувати на зміни у зовнішньому середовищі» [6].

Характер підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця. Тому від підприємців вимагається наявність певних ділових якостей та особистісних рис, а також бажання і схильності стати підприємцем. За результатами п'ятирічного проекту з визначення «підприємницької особистості» було виявлено 21 найважливішу характеристику «оптимального типу підприємця». Найважливішими з них є наступні [6]:

- Організаційна та економічна інноваційність
- Готовність і здатність до ризику
- Пошук нових можливостей та ініціативність
- Ефективність та акцент на якості продукції та послуг
- Майнова відповідальність і відданість справі
- Висока обізнаність та постійний моніторинг
- Здатність йти на «жертви» заради блага бізнесу;
- Чіткість, послідовність у роботі
- Вміння переконувати інших, комунікабельність, чесність і надійність.

Таким чином, деякі з найважливіших характеристик підприємця є результатом навчання та досвіду, тоді як інші є продуктом розвитку вроджених даних людини. Тому підприємець повинен не тільки володіти лідерськими якостями та здатністю впливати на інших, але й бути професіоналом. Однак слід зазначити, що підприємців характеризують не лише вищезгадані внутрішні риси, але й зовнішні, тобто їхній імідж.

2.2. Права, обов'язки та відповідальність підприємця

До підприємницької діяльності висуваються багатогранні економічні, соціальні, правові й навіть політичні вимоги. Підприємець має успішно вести справи на своїй фірмі, тобто його призначення наповнювати ринок новими товарами і послугами, до того ж за якомога низькими цінами. Це вимагає від нього новаторського підходу.

Тому діяльність підприємців має бути ефективною і суспільно корисною. По-перше, підприємець особисто зацікавлений у своїй справі, тому він використовує свої знання для розширення масштабів власної бізнесу і завдяки цьому має більше шансів досягти успіхів. По-друге, підприємець може швидше і з меншими зусиллями задовольнити ті суспільні потреби і ринковий попит, оскільки завжди намагається вгадати цей попит ще на стадії формування і завдяки цьому отримати певний зиск раніше, ніж його конкуренти. По-третє діяльність підприємця сприяє тому, що задоволення ринкового попиту відбувається з меншими витратами для суспільства. Отже підприємець виконує важливу суспільну функцію, його діяльність необхідна будь-якому суспільству.

Великої ваги у цьому зв'язку набуває чітке визначення правового статусу підприємця, тобто його прав, обов'язків і відповідальності; особливо визначення правового статусу підприємця в умовах формування підприємницького сектору.

Права підприємця. «Право – це нормативна форма виражені принципу формальної рівності господарюючих суб'єктів в економічних відносинах, це система встановлених або санкціонованих державою загальнообов'язкових правил (норм) поведінки [29]». З метою реалізації господарської ініціативи підприємця має право [29]:

- створювати для здійснення підприємницької діяльності будь-які види підприємництва;
- купувати повністю або частково майно та набувати майнового права;
- самостійно формувати господарську діяльність, обирати постачальників та споживачів, встановлювати ціни і тарифи,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

вільно розпоряджатися прибутком;

- укладати з громадянами трудові договори щодо використання їхньої праці (контракти, угоди);
- самостійно визначати форми, системи і розміри оплати праці та інші види доходів осіб, що працюють за наймом;
- отримувати будь-який необмежений за розмірами особистий дохід;
- брати участь у зовнішньоекономічних відносинах, здійснювати валютні операції;
- користуватися державною системою соціального забезпечення і соціального страхування.

Обов'язки підприємців. «Обов'язки – це правові норми (правила), що підлягають обов'язковому виконанню [29]». Основні обов'язки підприємців полягають у тому, щоб [29]:

- укладати трудові договори (контракти, угоди) з громадянами, які приймаються на роботу за наймом;
- здійснювати оплату праці осіб, які працюють за наймом, на рівні, не нижчому за мінімальні розміри, встановлені законодавством;
- забезпечити відповідні умови і охорону праці, а також інші соціальні гарантії;
- дотримуватися прав з метою реалізації законних інтересів споживачів, забезпечуючи надійну якість вироблених товарів (послуг);
- отримувати ліцензію на діяльність у сферах, які підлягають ліцензуванню відповідно до чинного законодавства.

Відповідальність підприємця. «Відповідальність – це правове та етичне відношення підприємців до суспільства (до господарюючих суб'єктів, до споживачів тощо), яке характеризується виконанням правових норм (правил)» [29]. Відповідальність підприємця зводиться до того, що він відповідає [29]:

- за зобов'язаннями, пов'язаними з цією діяльністю, усім своїм майном, за винятком того, на яке відповідно до законодавчих актів не може бути звернене стягнення;
- за охорону навколишнього середовища;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- за додержання заходів з техніки безпеки, охорони праці, виробничої гігієни та санітарії;
- за заподіяну шкоду і збитки.

Як бачимо, підприємництво спрямоване на ефективне ведення господарства, сприяє вияву і розвитку особистості людини, її здібностей і потреб, передбачає персональну економічну й адміністративну відповідальність підприємця. Воно несумісне з втратами, некомпетентністю, крадіжками. У підприємницькій діяльності повною мірою, використовуються комерційний талант людини, її честолюбство. Особливе місце в цивілізованому підприємстві у партнерським відносинах займають особистісні риси, такі як чесність і порядність.

2.3. Відмінність підприємця від бізнесмена

Підприємець і бізнесмен – це терміни, які часто використовуються як синоніми, проте між ними існує важлива різниця. Відмінності полягають не лише в підходах до ведення справ, а й у цілях, мотивації та стилі управління. Кожен із цих типів економічної діяльності має свої унікальні особливості, що формують специфічні риси підприємців та бізнесменів.

Підприємець – це людина, яка створює щось нове, впроваджує інноваційні ідеї, продукти або послуги на ринок. Головною рисою підприємця є схильність до ризику. Вони часто працюють в умовах невизначеності, створюючи нові ринки або впроваджуючи радикальні зміни в існуючих галузях. Для підприємця основною метою є вирішення проблеми або задоволення певної потреби суспільства через інновації.

Підприємці зазвичай орієнтовані на довгострокові перспективи та глобальний вплив. Вони створюють цінність для суспільства через свої ідеї та прагнуть змінити світ на краще. Для них важливо не тільки отримати прибуток, а й зробити значущий внесок у розвиток суспільства. Це можна побачити на прикладах таких людей, як Стів Джобс або Ілон Маск, які створили принципово нові продукти та змінили глобальні ринки.

Ще одна важлива риса підприємців – це здатність до творчості. Вони знаходять нові рішення там, де інші бачать лише

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

проблеми. Їхній підхід базується на інноваціях, експериментах і креативному мисленні. Для підприємця характерна гнучкість у підходах і готовність постійно адаптуватися до нових умов ринку.

На відміну від підприємця, бізнесмен зазвичай працює в межах уже існуючої бізнес-моделі або галузі. Він не прагне створити щось нове, а скоріше оптимізує вже існуючі процеси. Бізнесмени більше зосереджені на тому, щоб ефективно використовувати наявні ресурси і збільшувати прибуток у межах певного ринку.

Основна мета бізнесмена – отримання прибутку. Його діяльність орієнтована на короткострокову вигоду, і він нечасто бере на себе значні ризики. Бізнесмен обирає вже відомі моделі ведення бізнесу, що працюють і мають перевірені результати. Він аналізує ринок, конкуренцію та шукає можливості для покращення існуючих процесів.

Бізнесмен, як правило, має сильні управлінські навички. Він уміло керує командою, розподіляє завдання і забезпечує ефективну роботу компанії. Для бізнесмена важлива стабільність і передбачуваність. Він орієнтований на системний підхід і дотримання чітких правил та процедур.

Однією з ключових відмінностей між підприємцем і бізнесменом є їх мотивація. Підприємець зазвичай керується бажанням створювати нові можливості, приносити користь суспільству та вирішувати проблеми. Його головний мотив – інновація, а прибуток стає результатом успішної реалізації нових ідей.

Бізнесмен, навпаки, більше сфокусований на фінансовому аспекті своєї діяльності. Його головною метою є отримання доходу та забезпечення стабільності бізнесу. Для нього важливі ефективність, прибутковість та мінімізація ризиків.

Ще однією суттєвою різницею між підприємцем і бізнесменом є рівень ризику. Підприємець завжди готовий до великих ризиків заради досягнення своєї мети. Він інвестує в ідеї, які можуть бути новими та невизначеними, і часто зазнає невдач. Проте його здатність вчитися на помилках і рухатися вперед — це те, що робить підприємців успішними.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Бізнесмен же намагається мінімізувати ризики. Він обирає більш стабільні та прогнозовані варіанти ведення справ. Бізнесмен краще володіє мистецтвом уникати помилок, ніж їх виправляти, оскільки для нього важливо зберегти сталість бізнесу.

Отже, підприємець і бізнесмен мають різні підходи до ведення справ, хоча їхні цілі можуть бути подібними — успіх у бізнесі. Підприємець — це новатор, який створює нові ринки і змінює світ через інновації. Бізнесмен — це оптимізатор, який успішно керує вже існуючими бізнес-процесами для отримання прибутку. Обидві ролі є важливими для економіки, оскільки підприємці забезпечують розвиток і нові можливості, а бізнесмени підтримують стабільність і зростання.

! ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Хто такий підприємець?*
- 2. Чому підприємець є ключовою постаттю ринкової економіки?*
- 3. Який зміст основних функцій підприємця?*
- 4. Які найважливіші характерні риси є притаманними сучасному підприємцю?*
- 5. Що таке правовий статус підприємця?*
- 6. У чому полягають права та обов'язки підприємця?*
- 7. За що підприємець повинен відповідати?*
- 8. Які умови необхідно створювати для формування нової генерації підприємців?*
- 9. В чому полягає відмінність між підприємцем і бізнесменом?*
- 10. Які ви знаєте головні заповіді підприємця?*

ТЕМА 3. ЛІДЕРСТВО ЯК ДЖЕРЕЛО КОНКУРЕНТНОЇ ПЕРЕВАГИ БІЗНЕСУ

3.1. Конкурентні переваги як запорука лідирування бізнесу

3.2. Розвиток лідируючих позицій бізнесу на основі можливостей

3.3. Лідерство в бізнесі: світова та вітчизняна практика

Ключові слова:

- | | |
|--|------------------------------------|
| ➤ Американський стиль бізнес-лідерства | ➤ Стратегія постійного наступу |
| ➤ Європейський стиль бізнес-лідерства | ➤ Стратегія оборони й зміцнення |
| ➤ Конкурентна перевага | ➤ Японський стиль бізнес-лідерства |
| ➤ Стратегія бізнесу | |
| ➤ Стратегія лідера | |

3.1. Конкурентні переваги як запорука лідирування бізнесу

Забезпечення конкурентних переваг є базисом, на якому будується успішний бізнес.

«Конкурентна перевага – це тривала вигода застосування деякої унікальної, що створює споживчу цінність, стратегії, заснованої на унікальній комбінації внутрішніх ресурсів бізнесу і здібностей, які не можуть бути скопійовані його конкурентами [6]».

Сучасні менеджери повинні усвідомлювати, що основна їх мета – це створення економічної цінності для учасників бізнесу, і найкращий спосіб її створити полягає в збереженні процесу безперервного фокусування на стійку конкурентну перевагу як ключ до створення економічної цінності [6].

Розробка стратегії розвитку та просування бізнесу є ключовим етапом реалізації бізнес-ідеї. Саме на цьому етапі формується план виходу бізнесу на ринок та його подальшого розростання. Стратегія бізнесу охоплює широкий спектр питань,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

відповіді на які спрямовані на вирішення головної мети бізнесу – як ефективно організувати діяльність для отримання прибутку.

Стратегія бізнесу є важливим інструментом управління, без якого неможливо досягти стабільного успіху. Кожен підприємець, розпочинаючи та розвиваючи свою справу, повинен враховувати численні фактори та намагатися прогнозувати їх вплив. Важливо мати чітке уявлення про те, які фінансові, матеріальні та трудові ресурси знадобляться, де їх можна отримати та як ефективно використовувати ці ресурси у процесі ведення бізнесу. Без ретельного планування діяльності, розуміння своїх перспектив та можливостей, а також без оптимального використання наявних ресурсів, досягти стабільного успіху в бізнесі практично неможливо.

«*Стратегія бізнесу* – це план, який дозволяє перенести бізнес із поточного стану в бажаний, передбачаючи комплекс дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Інакше кажучи, стратегія бізнесу – це визначення цілей і планування шляхів їх досягнення [6]».

Основна мета стратегії – забезпечити конкурентні переваги бізнесу в порівнянні з іншими учасниками ринку. Без чіткого усвідомлення та визначення своїх переваг малий бізнес майже не має шансів на успіх у конкурентній боротьбі.

Згідно зі статистикою, незалежно від того, чий товар краще, той, хто вважається лідером на ринку, привертає в середньому в 2,5 рази більше покупців, ніж продавець, що знаходиться на другій сходинці, і в 4 рази більше ніж продавець, який займає третє місце [6].

У споживачів також більше довіри і до нових продуктів, які випускає лідер ринку, тому лідерська позиція в одній категорії допоможе підприємству вийти на лідерські позиції і в інших нішах ринку, які воно хоче зайняти. Три *елементи стратегії лідерів ринку* [6]:

- 1) стратегія, спрямована на зростання і заснована на баченні;
- 2) організація і персонал, націлені на результат;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

3) невтомні інновації.

Основною турботою для лідера з погляду стратегії є підтримка лідируючих позицій і, зокрема, перетворення із простого лідера на домінуючого. Для лідерів можливі три стратегічні лінії.

1. Стратегія постійного наступу. Ця стратегія ґрунтується на принципі – «найкраща оборона – гарний наступ». Агресивно налаштовані лідери намагаються бути першими в створенні конкурентних переваг (низькі витрати або диференціація) та іміджу лідера. Бізнес-структури, що орієнтуються на низькі витрати, агресивно додержуються політики зниження витрат, а компанії, що орієнтуються на диференціацію, постійно шукають нові шляхи позиціонування своєї продукції, які відмінні від конкурентів.

Ключем до постійного наступу є безперервні перегони за постійним удосконалюванням і забезпеченням інноваційного розвитку. Боротьба за те, щоб першим вийти з новим продуктом, мати кращі показники, досягти необхідних якісних параметрів, поліпшувати обслуговування покупців і знайти шляхи зниження виробничих витрат, не тільки дають лідерові можливість уникнути небезпеки зупинитися на досягнутому, а й змушують суперників оборонятися і щосили намагатися не відстати. Набір наступальних засобів може містити заходи зі збільшення загального попиту в галузі (відкриття нових способів застосування товару), залучення нових споживачів, ініціювання частішого використання товару.

2. Стратегія оборони й зміцнення. Сутність цієї стратегії полягає в тому, щоб ускладнити доступ на ринок (вхід у бізнес) новим підприємствам, а претендентам на лідерство – зміцнити позиції. Завданням міцної оборони є утримання існуючої частки ринку, зміцнення досягнутих позицій на ринку, захист наявних у компанії конкурентних переваг. Конкретні оборонні дії можуть містити в собі такі:

- спроби підняти конкурентний бар'єр для претендентів на лідерство в новачків через збільшення витрат на рекламу, вищий рівень сервісного обслуговування і більші витрати на дослідження та розробки власних товарних марок на продукцію,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

на яку претендент на лідерство вже має товарні марки або, можливо, буде мати;

- перехід до ефективнішої персоналізації обслуговування і використання інших доповнень для посилення лояльності споживачів та ускладнення або подорожчання їхнього переходу до продукції конкурентів;

- розширення параметричного ряду продукції, щоб закрити для конкурентів можливі вільні ніші;

- збереження розумних цін і привабливої якості (співвідношення «ціна – якість»);

- створення нових потужностей, щоб випередити зростання ринкового попиту і блокувати потенціал розширення дрібних конкурентів;

- здійснення інвестування, що забезпечує конкурентоспроможність за витратами і технологічним розвитком;

- патентування альтернативних технологій.

Стратегія оборони й зміцнення більше підходить для компаній, які вже досягли домінуючого положення в галузі й не бажають піддатися ризику застосування до них антимонопольних заходів. Вона також ідеально підходить для ситуацій, коли підприємство хоче максимально вигідно використати своє нинішнє положення для одержання найбільшого прибутку, тому що перспективи зростання галузі непривабливі або майбутнє розширення частки ринку здається не настільки прибутковим, щоб за нього боротися. Але ця стратегія завжди має на увазі спроби зростання такими ж швидкими темпами, що й у ринку в цілому (щоб не зменшити свою частку ринку), а також достатні капіталовкладення для підтримки конкурентоспроможності лідера.

3. Стратегія щодо компаній, які слідують за лідером. У цьому випадку стратегічна позиція лідера допускає використання конкурентного тиску (чесного й етичного) на підприємства, що не є лідерами, щоб сприяти їхньому перетворенню на «слухняних послідовників», а не агресивних претендентів на лідерство. Лідер потрапляє в скрутне становище, коли дрібніші конкуренти «розгойдують його човен», знижуючи ціни, або вживають інші

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

наступальні дії, що є прямою загрозою для його положення. Відповідні дії лідера можуть містити швидке зниження цін (до рівня цін претендента на лідерство або навіть нижче), використання широкомасштабної кампанії з просування своїх товарів на ринок, щоб протистояти спробам претендента завоювати частку ринку й запропонувати кращі умови основним споживачам компаній, які діють на ринку самостійно.

3.2. Розвиток лідируючих позицій бізнесу на основі можливостей

У сучасному світі бізнесу, де конкуренція стає все більш жорсткою, ключовим фактором успіху є вміння не лише займати стійку ринкову позицію, але й постійно розвиватися. Одним із важливих аспектів цього розвитку є здатність бізнесу використовувати можливості для досягнення лідируючих позицій. Важливими складовими цього процесу є аналіз ринку, гнучкість у стратегії, впровадження інновацій, інвестиції в технології та розвиток персоналу.

Перший крок у розвитку лідируючих позицій бізнесу полягає в правильному аналізі ринку та виявленні можливостей. Для цього необхідно постійно досліджувати ринкові тренди, аналізувати потреби споживачів, а також враховувати фактори, які можуть вплинути на попит і пропозицію. Важливу роль у цьому відіграє використання даних та аналітики для прогнозування змін на ринку. Здатність бізнесу швидко ідентифікувати нові можливості, такі як зростання попиту на певні продукти або послуги, дозволяє йому зайняти провідні позиції у своїй галузі.

Наприклад, компанії, що займаються технологіями, такі як Amazon або Google, постійно шукають нові можливості для розвитку, активно досліджуючи ринки штучного інтелекту, хмарних сервісів та інших інноваційних рішень. Їхній успіх багато в чому пояснюється здатністю адаптуватися до змін і швидко реагувати на нові виклики.

Гнучкість у стратегічному плануванні є одним із ключових факторів, що сприяють розвитку бізнесу. Лідируючі позиції може

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

зайняти лише той бізнес, який здатний швидко адаптуватися до змін і перебудовувати свою стратегію. Сучасний ринок надзвичайно динамічний, і організації, які не готові реагувати на зміни, можуть втратити свої позиції.

Гнучкі бізнес-стратегії передбачають готовність до змін, оперативне прийняття рішень та постійне вдосконалення продуктів або послуг. Особливо важливо це для компаній, що працюють в умовах високої технологічної конкуренції або швидких змін у регулятивному середовищі. Наприклад, під час пандемії COVID-19 багато компаній швидко адаптували свої бізнес-моделі, перейшовши до онлайн-форматів, що допомогло їм зберегти конкурентоспроможність.

Одним із найбільш значущих елементів у розвитку лідируючих позицій є впровадження інновацій. Сучасний бізнес має можливість використовувати технологічні нововведення для створення конкурентних переваг. Інновації можуть стосуватися не лише продуктів, але й процесів, які сприяють підвищенню ефективності роботи компанії, оптимізації ресурсів та покращенню якості обслуговування клієнтів.

Наприклад, інноваційні рішення в галузі автоматизації бізнес-процесів дозволяють підприємствам значно підвищити продуктивність і знизити витрати. Використання штучного інтелекту, великих даних та машинного навчання створює нові можливості для персоналізації послуг і покращення взаємодії зі споживачами. Відтак, ті компанії, які впроваджують інновації раніше за своїх конкурентів, отримують суттєву перевагу на ринку.

Щоб розвивати лідируючі позиції на ринку, бізнесу важливо інвестувати в сучасні технології. Це можуть бути інвестиції у нові виробничі процеси, розвиток цифрових платформ, автоматизацію та цифрову трансформацію. Технологічні інвестиції не тільки покращують ефективність, але й дозволяють створювати нові бізнес-моделі, розширювати географію діяльності та пропонувати споживачам нові рішення.

Сьогодні однією з найбільш перспективних сфер є інвестиції у сферу штучного інтелекту та автоматизації. Завдяки їм компанії можуть знижувати операційні витрати, поліпшувати

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

якість продукції та прискорювати виробничі процеси. Наприклад, у сфері електронної комерції інвестиції в автоматизовані логістичні рішення дозволяють компаніям швидше обробляти замовлення та доставляти товари, що значно підвищує рівень задоволення клієнтів.

Нарешті, розвиток лідируючих позицій бізнесу неможливий без інвестицій у людський капітал. Сучасні підприємства стикаються з викликами, які вимагають наявності кваліфікованих спеціалістів, здатних швидко реагувати на зміни та генерувати нові ідеї. Тому важливо не тільки залучати талановитих працівників, але й створювати умови для їх постійного навчання та розвитку.

Компанії, які інвестують у своїх працівників, створюють сприятливу атмосферу для зростання та розвитку інновацій. Програми підвищення кваліфікації, тренінги, можливості для кар'єрного розвитку – це ключові інструменти для залучення та утримання найкращих кадрів. Талановиті співробітники, у свою чергу, допомагають компанії реалізувати її потенціал і зайняти лідируючі позиції на ринку.

Розвиток лідируючих позицій бізнесу на основі можливостей є складним і багатогранним процесом, що вимагає постійного аналізу ринку, адаптації до змін, впровадження інновацій, інвестицій у технології та розвиток персоналу. Лише ті компанії, які активно використовують наявні можливості і готові до змін, здатні не лише зберегти свої позиції, але й стати лідерами у своїй галузі.

3.3. Лідерство в бізнесі: світова та вітчизняна практика

Лідерство в бізнесі є важливим чинником, що визначає успішність компанії на ринку. В умовах глобалізації та постійних змін у бізнес-середовищі здатність ефективно керувати, надихати команду та приймати стратегічні рішення стає критичною для досягнення довгострокових цілей. Лідери не лише управляють процесами та людьми, але й формують бачення майбутнього, яке веде їхні організації до успіху.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Світова практика бізнес-лідерства характеризується великим розмаїттям підходів і стилів. Успішні лідери, такі як Стів Джобс, Ілон Маск, Джефф Безос, стали відомими завдяки своїй здатності створювати інноваційні продукти, що змінюють ринки, та формувати корпоративні культури, що сприяють творчості й розвитку. Ці лідери вирізняються стратегічним мисленням, здатністю надихати співробітників на досягнення високих результатів та вмінням адаптуватися до змін.

Досвід показує, що підприємницький статус у США, суспільні уявлення про нього, оцінювання його дій є високою престижністю бізнесу, що сповнює повагою до нього, сприяє формуванню абсолютного авторитету дієвої та активної людини, яка вміє заробляти. Можна виокремити такі складові *елементи американського стилю бізнес-лідерства* [6]:

- індивідуальний процес прийняття рішень;
- індивідуальна відповідальність за прийняте рішення;
- чітка формалізована система управління;
- індивідуальний контроль з боку керівництва;
- швидке оцінювання результатів праці і просування, засноване на індивідуальних досягненнях;
- орієнтація в процесі відбору лідерів на їх професійні вміння та навички;
- стиль лідерства, орієнтований на особистість;
- орієнтація лідерів на досягнення індивідуальних результатів послідовників за відсутності конфліктних ситуацій;
- формальні цільові відносини лідера і послідовників;
- підготовка бізнес-лідерів як вузькоспеціалізованих фахівців;
- тісний зв'язок розмірів оплати праці лідера з індивідуальними виробничими результатами;
- короткострокова зайнятість бізнес-лідерів.

В Японії, за дослідженнями фахівців, є значні відмінності від американського чи європейського досвіду. Дії японських підприємців здійснюються не за допомогою гонитви за особистим збагаченням, а за допомогою закликів боротися проти «небезпеки для японської нації» або гасла «єдності всього

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

японського», «прославлення дисципліни», «почуття ієрархії».

Можна виокремити такі складові *елементи японського стилю бізнес-лідерства* [6]:

- колегіальний процес прийняття рішень;
- групова відповідальність за прийняття рішення;
- неформалізований підхід до побудови структури управління;
- загальні неформальні процедури контролю;
- групові форми контролю;
- повільне оцінювання та просування персоналу, засноване на досвіді та стажі роботи;
- орієнтація при виборі керівників на здатність здійснювати координацію і контроль;
- орієнтація лідерів на досягнення гармонії в групі і групових досягненнях;
- особисті неформальні відносини лідера і послідовників;
- підготовка бізнес-лідерів універсального типу;
- визначення результатів оплати праці лідерів залежно від стажу роботи та виробничих показників колективу;
- довгострокова зайнятість бізнес-лідерів.

Для Європи характерні індивідуалізм, консюмеризм і парламентська демократія стратегій в економіці, присутня воля споживача і право на прибуток підприємця.

Лідерство в українському бізнесі має свої особливості, обумовлені історичними, економічними та соціальними умовами. Українські лідери часто стикаються з викликами, які вимагають особливої гнучкості та вміння приймати рішення в умовах невизначеності.

Вітчизняне лідерство також характеризується сильною орієнтацією на побудову міцних ділових зв'язків та мереж. Для багатьох українських бізнесменів партнерські відносини, соціальний капітал та довіра є ключовими елементами успіху. Це часто компенсує відсутність доступу до великих ресурсів або фінансування, з якими стикаються західні компанії.

Іншою важливою рисою українського лідерства є здатність швидко адаптуватися до змін. Економічна та політична нестабільність змушують вітчизняних лідерів бути особливо

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

уважними до ризиків та можливостей. Ця риса допомагає багатьом українським компаніям виживати та навіть процвітати в умовах, коли інші могли б зазнати краху.

Незважаючи на різні умови, світові та вітчизняні практики лідерства мають спільні риси. Це прагнення до інновацій, орієнтація на довгострокові цілі та вміння створювати ефективні команди. Водночас, світові лідери часто мають доступ до більших ресурсів та кращих умов для впровадження нових технологій, тоді як українські лідери змушені шукати нестандартні рішення в обмежених умовах.

У підсумку, лідерство в бізнесі, незалежно від національного контексту, є вирішальним фактором для успіху. Світова практика демонструє важливість інновацій та соціальної відповідальності, тоді як вітчизняний досвід підкреслює значення гнучкості та адаптивності. Поєднання цих підходів може стати запорукою успіху для будь-якого бізнесу, який прагне зайняти лідируючі позиції на ринку.

! ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Розкрийте економічну сутність поняття «лідерство».*
- 2. Чи обов'язково мати диплом про вищу освіту, щоб стати лідером-підприємцем?*
- 3. Яка роль конкурентних переваг у процесі досягнення лідерських позицій власного бізнесу?*
- 4. Які стратегії бізнес-лідерів вам відомі? Розкрийте їхню сутність.*
- 5. Як, на вашу думку, можна розвивати власний бізнес на основі можливостей?*
- 6. Зробіть порівняльну характеристику вітчизняного і зарубіжного бізнес-лідерства.*
- 7. Перерахуйте складові елементи японського стилю бізнес-лідерства.*
- 8. Якими ознаками характеризується американський стиль бізнес-лідерства?*
- 9. Які властивості притаманні європейському стилю бізнес-лідерства?*
- 10. Якими елементами характеризуються стратегії лідерів ринку?*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ТЕМА 4. СПОСОБИ ТА ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- 4.1. Способи організації власного бізнесу
- 4.2. Поняття суб'єкта підприємництва
- 4.3. Фізичні особи-підприємці
- 4.4. Організаційно-правові форми юридичних осіб
- 4.5. Поняття унітарних та корпоративних підприємств
- 4.6. Господарські товариства
- 4.7. Об'єднання підприємств

Ключові слова:

- | | |
|---------------------------|--------------------------|
| ➤ Акціонерне товариство | ➤ Роялті |
| ➤ Асоціація | ➤ Синдикат |
| ➤ Господарські асоціації | ➤ Суб'єкт підприємництва |
| ➤ Господарське об'єднання | ➤ Товариство з |
| ➤ Господарське товариство | додатковою |
| ➤ Державне (комунальне) | відповідальністю |
| господарське об'єднання | ➤ Товариство з |
| ➤ Картель | обмеженою |
| ➤ Командитне товариство | відповідальністю |
| ➤ Консорціум | ➤ Трест |
| ➤ Концерн | ➤ Унітарне підприємство |
| ➤ Корпорація | ➤ Фінансово-промислова |
| ➤ Корпоративне | група (ФПГ) |
| підприємство | ➤ Франчайзі |
| ➤ Об'єднання підприємств | ➤ Франчайзинг |
| ➤ Організаційно-правова | ➤ Франчайзер |
| форма юридичної особи | ➤ Франшиза |
| ➤ Паушальний внесок | ➤ Франчайзинговий пакет |
| ➤ Підприємство | ➤ Холдинг |
| ➤ Повне товариство | ➤ Юридична особа |

4.1. Способи організації власного бізнесу

Існують такі основні способи організації власного бізнесу:

- створення нової фірми;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- через систему франчайзингових договірних відносин;
- придбання існуючого бізнесу.

1. Створення нової фірми – це один із найпоширеніших шляхів для тих, хто прагне започаткувати власний бізнес. Процес створення власного бізнесу включає кілька важливих етапів, від розробки ідеї до її втілення в життя через офіційну реєстрацію підприємства. Основні кроки, які потрібно зробити для успішної організації власного бізнесу через створення нової фірми детально розглянуто в наступних темах.

Створення нової фірми – це складний процес, що вимагає ретельної підготовки, стратегічного мислення та вміння адаптуватися до змін. Успішна реалізація бізнес-ідеї залежить від вашої здатності ефективно організувати всі етапи створення та розвитку компанії, залучаючи необхідні ресурси та використовуючи можливості, що виникають на ринку.

2. Франчайзинг. Найчастіше франчайзинг виникає у сфері торгівлі та послуг.

«*Франчайзинг* – це спосіб організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пільг і привілеїв» [6].

Франчайзер надає право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком.

Франчайзі здійснює діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку.

Франшиза – об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу.

Франчайзинговий пакет – це форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

Паушальний внесок – це одноразова плата, яку вносить франчайзі за надання йому права користуватися конкретним видом бізнесу на певній території і з використанням товарного знаку франчайзера.

Роялті – це періодичні виплати за використання франшизи, встановлені пропорційно показникам діяльності або у вигляді фіксованої плати.

Система франчайзинових відносин зменшує ризик на початку підприємницької діяльності, тому що забезпечує франчайзі-бізнес під добре відомим товарним знаком, гарантує його якість, забезпечує вищий рівень підготовки та підвищення кваліфікації персоналу, здійснює пільгове фінансування і кредитування угод, забезпечує ефективне інвестування капіталу.

Одночасно укладення франчайзингової угоди для підприємця означає значні обмеження у прийнятті самостійних рішень, зменшення доходу, необхідність додержання операційних стандартів, які встановлює франчайзер.

3. Придбання існуючого бізнесу. При придбанні існуючого бізнесу потрібно добре вивчити предмет купівлі за такими аспектами: фінанси, маркетинг, операційна діяльність, мотивація продавців і перспективи. При оцінюванні фінансового стану потрібно ознайомитися із фінансовими документами, впевнитися у їх точності, проаналізувати інформацію аудиторських перевірок, провести інвентаризацію майна, порівняти показники фірми із середньостатистичними та оцінити альтернативні шляхи вкладання інвестицій

При придбанні існуючого бізнесу підприємець повинен звертатися до консультантів-професіоналів, зокрема юриста, бухгалтера, до спеціалістів з нерухомості, бізнес-планування та інших сфер з метою отримання корисних рекомендацій. Варіантів придбання існуючого бізнесу може бути кілька, тому говорять про нове придбання, коли підприємство купують повністю, із його філіалами і підрозділами (поглинання), і воно фактично перестає існувати як незалежна господарська одиниця,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

або часткове, коли купують один із філіалів діючого підприємства. На вибір придбання впливають мета, фінансові можливості покупця, тип підприємства, його вартість і стратегічні перспективи.

Такий спосіб входження у бізнес може значно зменшити ризик підприємницького починання. У таблиці 4.1 наведені переваги й недоліки такого способу входження в бізнес.

Таблиця 4.1

Переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу

Переваги придбання існуючого бізнесу	Недоліки придбання існуючого бізнесу
Дозволяє отримати негайне джерело прибутку	Покупець може придбати погано працюючу фірму
Існуючий бізнес має найбільш вигідне місце розташування	Можлива ситуація, при якій важко змінити налагоджений на фірмі бізнес
Існуючий бізнес має вже сформований персонал, контингент постачальників, налагоджені ділові зв'язки	Придбаний бізнес може бути неприбутковим
Ціна, за якою купується фірма, може бути нижче від витрат на створення аналогічної	Покупець може заплатити за фірму занадто високу ціну
Полегшується процес фінансування фірми, тому що гарантією для кредиторів виступають уже існуючі активи	Можна успадкувати негативне ставлення до фірми

4.2. Поняття суб'єкта підприємництва

Суб'єкт підприємництва – це фізична або юридична особа, яка здійснює підприємництво легітимно. В законодавстві не має узагальненого визначення поняття суб'єкт підприємництва. При

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

визначенні цього поняття використовують поняття суб'єкт господарювання, яке дане в ГКУ.

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

Суб'єктами господарювання є:

- громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці;
- господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до ЦКУ, державні, комунальні та інші підприємства, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому порядку.

Суб'єкт підприємництва – це громадяни України або іноземці, котрі отримали право вести власний бізнес. Для цього вони пройшли необхідну процедуру реєстрації та були внесені до баз державних контролюючих органів.

4.3. Фізичні особи-підприємці

Основні положення, що стосуються фізичних осіб-підприємців містяться в ЦКУ (ст. 24, 34, 50, 52) та ГКУ (ст. 44, 55, 128).

Фізичною особою є людина як учасник цивільних відносин. Громадянин, який бажає займатися підприємництвом, після проходження певних реєстраційних процедур, до свого статусу фізичної особи, якого він набув з моменту народження, набуває додаткової ознаки – суб'єкта підприємництва.

Таким чином вони отримують право вести бізнес на свій ризик та отримувати від нього прибуток. Натомість суб'єкти підприємницької діяльності повинні сплачувати податки, надавати відповідну звітність та дотримуватися вимог законодавства.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Право здійснювати підприємництво та відповідно набувати статусу громадянина-підприємця має фізична особа з повною цивільною дієздатністю. Повну цивільну дієздатність має фізична особа, яка:

- досягла 18 років (повноліття);
- зареєструвала шлюб до досягнення 18 років;
- досягла 16 років і працює за трудовим договором;
- не досягла повноліття, але записана матір'ю або батьком дитини;
- досягла 16 років і бажає займатися підприємництвом за наявності письмової згоди на це батьків (усиновлювачів), піклувальника або органу опіки та піклування.

Громадянин-підприємець самостійно діє на ринку, вступаючи у відносини, набуваючи при цьому відповідних прав та обов'язків.

Навіть якщо безпосереднє управління його бізнесом здійснює інша особа, стороною відповідних відносин юридично є саме громадянин-підприємець.

Фізичні особи – суб'єкти підприємництва не можуть:

- 1) надавати фінансові послуги;
- 2) займатися діяльністю у сфері організації телебачення і радіомовлення;
- 3) займатися космічною діяльністю ;
- 4) займатися діяльністю у сфері здійснення операцій з металобрухтом;
- 5) займатися діяльністю у сфері загальної середньої та вищої освіти.

4.4. Організаційно-правові форми юридичних осіб

Згідно з нормами Цивільного кодексу України, *юридична особа* – це організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку [28].

Юридична особа має такі ознаки:

- організаційна єдність – юридична особа має внутрішню структуру, що виражається і закріплюється в статуті;
- майнова відокремленість;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- виступ у господарському обороті від свого імені;
- самостійна майнова відповідальність.

Юридичні особи можуть існувати в різних організаційно-правових формах, передбачених Законодавством України. Ст. 45 ГКУ визначає, що підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційно-правових формах, передбачених законом, на вибір підприємця.

Організаційно-правова форма юридичної особи – форма здійснення господарської діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язанням підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування.

Об'єктами організаційних форм є [6]:

- підприємства;
- господарські товариства;
- кооперативи;
- організації;
- об'єднання підприємств;
- об'єднання громадян;
- відокремлені підрозділи без статусу юридичної особи;
- інші.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

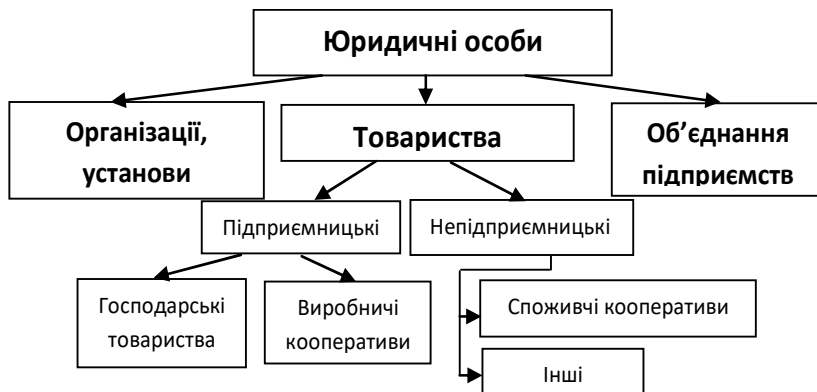


Рис. 4.1. Види юридичних осіб

Юридична особа повинна мати своє найменування, яке містить інформацію про її організаційно-правову форму та назву.

Найменування установи має містити інформацію про характер її діяльності. Юридична особа може мати крім повного найменування скорочене найменування.

Найменування юридичної особи вказується в її установчих документах і вноситься до єдиного державного реєстру.

4.5. Поняття унітарних та корпоративних підприємств

«Підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробництва, науково-дослідницької, торгової та іншої господарської діяльності [3]».

Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в банківських установах, печатку з найменуванням та ідентифікаційний код.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

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

«Корпоративне підприємство – це підприємство, яке утворене, як правило, двома або більше засновниками за їх спеціальним рішенням (договором) [3]».

Діє на основі об'єднання майна та (або) підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників, їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у т.ч. через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємництва.

Корпоративними є:

- підприємства, що створені у формі господарського товариства;
- кооперативні підприємства;
- інші підприємства, у т.ч., заснованих на приватній власності двох або більше осіб.

«Унітарне підприємство – це підприємство, яке створене одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує статутний фонд не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства [3]».

Унітарними є:

- державні підприємства;
- комунальні підприємства;
- підприємства, засновані на власних об'єднаннях громадян;
- релігійні організації;
- підприємства, засновані на приватній власності засновника.

4.6. Господарські товариства

Товариства, які здійснюють підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та наступного його розподілу між учасниками (підприємницькі товариства), можуть бути створені лише як *господарські товариства* (повне товариство, командитне товариство, товариство з обмеженою або додатковою відповідальністю, акціонерне товариство) або виробничі кооперативи чи сільськогосподарські кооперативи, сільськогосподарські кооперативні об'єднання, що діють з метою одержання прибутку.

«Господарським товариством є юридична особа, статутний (складений) капітал якої поділений на частки між учасниками [3]».

Господарські товариства можуть бути створені у формі:

- повного товариства
- командитного товариства
- товариства з обмеженою або додатковою відповідальністю
- акціонерного товариства.

Господарське товариство, крім повного і командитного товариств, може бути створене однією особою, яка стає його єдиним учасником.

1. Повне товариство – це товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, що їм належить [3].

Особа може бути учасником тільки одного повного товариства. Учасник не має права без згоди інших учасників вчиняти від свого імені та у своїх інтересах або в інтересах третіх осіб правочини, що є однорідними з тими, які становлять предмет діяльності товариства.

У разі порушення цього правила товариство має право за своїм вибором вимагати від такого учасника або відшкодування

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

завданих товариству збитків, або передання товариству усієї вигоди, набутої за такими правочинами.

Найменування повного товариства має містити імена (найменування) всіх його учасників, слова «повне товариство» або містити ім'я (найменування) одного чи кількох учасників з доданням слів «і компанія», а також слова «повне товариство».

2. Командитне товариство – це товариство, в якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства [3].

Найменування командитного товариства має містити імена (найменування) всіх повних учасників, слова «командитне товариство» або містити ім'я (найменування) хоча б одного повного учасника з доданням слів «і компанія», а також слова «командитне товариство».

Якщо у найменування командитного товариства включене ім'я вкладника, такий вкладник стає повним учасником товариства.

До командитного товариства застосовуються положення про повне товариство.

1. Товариство з обмеженою відповідальністю – це «...товариство, яке засноване однією або кількома особами товариство, статутний капітал якого поділено на частки [24]».

Особливості діяльності товариств з обмеженою відповідальністю встановлюються Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [24].

2. Товариство з додатковою відповідальністю – це «...товариство, яке засноване однією або кількома особами, статутний капітал якого поділено на частки, учасники якого солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства своїм майном пропорційно до вартості внесеного вкладу [24]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Особливості діяльності товариств з додатковою відповідальністю встановлюються Законом України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [24].

3. Акціонерне товариство – це «...господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями [15]».

Особливості діяльності акціонерних товариств встановлюються Законом України «Про акціонерні товариства» [15].

4.7. Об'єднання підприємств

«Об'єднання підприємств є господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань [3]».

Об'єднання діють на основі договору або статуту, який затверджують їх засновники чи власники. Об'єднання підприємств утворюються на невизначений строк або як тимчасові об'єднання.

В об'єднання підприємств можуть входити підприємства, утворені за законодавством інших держав, а підприємства України можуть входити в об'єднання підприємств, утворені на території інших держав.

Об'єднання підприємств має статус юридичної особи, може мати самостійний і завершений баланс, розрахунковий та інші рахунки в балансах, печатку зі своїм найменуванням.

Майно об'єднань підприємств класифікується на товари, вироблену (готову) продукцію, виконані роботи (роботи), послуги та цінні папери.

Об'єднання підприємств можуть утворюватися, як *господарські об'єднання або як державні чи комунальні господарські об'єднання*

Господарське об'єднання – це «...об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність [3]».

Державне (комунальне) господарське об'єднання – «...об'єднання підприємств, утворене державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або, у визначених законом випадках, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять підприємства, що утворюють об'єднання), або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування [3]».

Асоціація – «...договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації [3]». У статуті асоціації повинно бути зазначено, що вона є господарською асоціацією. Асоціація не має права втручатися у господарську діяльність підприємств – учасників асоціації. За рішенням учасників асоціація може бути уповноважена представляти їх інтереси у відносинах з органами влади, іншими підприємствами та організаціями.

Господарські асоціації – «...договірні об'єднання підприємств і організацій, які створюються для спільного виконання однорідних функцій та координації загальної діяльності [3]».

Асоціації належать до м'яких форм об'єднання, мінімально обмежуючи дії членів асоціації, які входять до них. Учасники асоціації володіють правом входити до будь-яких інших асоціацій.

Корпорація – це «...акціонерне товариство, що поєднує діяльність декількох фірм для досягнення спільних цілей [3]». Як юридична особа, корпорація несе відповідальність за боргами і податками за всі підприємства, які входять до її складу, і є самостійним суб'єктом підприємницької діяльності.

Консорціум – «...форма тимчасового об'єднання підприємств з метою вирішення конкретних завдань і проблем,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

здійснення великих інвестиційних, науково-технічних, соціальних, екологічних проєктів [3]». Підприємства, які входять до консорціуму, зберігають повну самостійність, підпорядковуючись спільному керівництву лише в частині діяльності, що стосується цілей консорціуму.

Трест – «...монополістичне об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, у єдиний виробничо-господарський комплекс [3]». При цьому підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність, оскільки інтегруються усі напрямки діяльності.

Концерн – «...багатогалузевий комплекс підприємств, в якому структурні одиниці зберігають свою виробничу і господарську самостійність, але підпорядковуються єдиному керівництву шляхом контролю [3]». В Україні концерни створюються на базі великих державних підприємств і об'єднань.

Фінансово-промислова група (ФПГ) – це «...комплекс різногалузевих виробничих підприємств (промислових, транспортних, будівельних, наукових) і фінансових інститутів (банків, страхових компаній, інвестиційних фондів), які об'єднані спільністю економічних і фінансових інтересів і здійснюють скоординовану господарську та інвестиційну діяльність з метою збереження домінуючих позицій на ринку [3]».

Синдикат – «...організаційна форма існування різновиду картельної угоди, що передбачає реалізацію продукції учасників через створення спільного збутового органу або збутової мережі одного з учасників об'єднання [3]». Така форма об'єднання підприємств є характерною для галузей з масовим виробництвом однорідної продукції (об'єднує однорідні підприємства, централізуючи збут і постачання продукції).

Картель – це «...договірне об'єднання підприємств переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності - регулювання збуту виготовленої продукції [3]».

Холдинг – «...специфічна організаційна форма об'єднання капіталів; державне інтегроване товариство, що самостійно безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або іншого

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

добровільного об'єднання [3]». Об'єднані у холдингу суб'єкти мають юридичну і господарську самостійність.

! ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. *Що таке франчайзинг?*
2. *Що включає в себе франчайзинговий пакет?*
3. *Наведіть переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу.*
4. *Які види господарських товариств функціонують в Україні?*
5. *Дайте визначення повного товариства.*
6. *Назвіть характерні риси товариства з обмеженою відповідальністю.*
7. *Назвіть учасників, які входять до складу командитного товариства.*
8. *На який період створюється товариство з обмеженою відповідальністю?*
9. *В чому полягає відмінність синдикату від картелі?*
10. *Наведіть приклади унітарних та корпоративних підприємств.*

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ. РЕЄСТРАЦІЙНИЙ ЕТАП
СТВОРЕННЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ**

ТЕМА 5. ДЕРЖАВНА РЕЄСТРАЦІЯ БІЗНЕСУ

5.1. Вибір видів економічної діяльності

5.2. Установчі документи та статутний капітал

5.3. *Поняття державної реєстрації та Єдиного державного реєстру*

5.4. *Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців*

Ключові слова:

- | | |
|--|-----------------------|
| ➤ Засновницький договір | ➤ КВЕД |
| ➤ Державна реєстрація | ➤ Модельний статут |
| ➤ Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) | ➤ Статут |
| | ➤ Статутний капітал |
| | ➤ Установчі документи |

5.1. Вибір видів економічної діяльності

Для державної реєстрації необхідно обрати КВЕД. Кожен КВЕД повинен відображати характер та особливості бізнесу.

КВЕД – це скорочення від «Класифікація видів економічної діяльності». Дана система кодів дозволяє класифікувати та ідентифікувати окремі різновиди діяльності суб'єктів господарювання в нашій державі.

КВЕДи використовуються для статистичних, адміністративних, податкових та інших цілей.

Наприклад, надання інших індивідуальних послуг

Група 96.0

Включає класи:

96.09 Надання інших індивідуальних послуг,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

96.01 Прання та хімічне чищення текстильних і хутряних виробів

96.02 Надання послуг перукарнями та салонами краси

96.03 Організування поховань і надання суміжних послуг

96.04 Діяльність із забезпечення фізичного комфорту

96.02 | Надання послуг перукарнями та салонами краси

Цей клас включає:

миття волосся, підрівнювання та підстригання, укладання, фарбування, тонування, завивання, розпрямлення волосся та подібні види послуг, що їх надають для чоловіків та жінок гоління та підрівнювання бороди масаж обличчя, манікюр і педикюр, макіяж.

Цей клас не включає: виготовлення перук.

5.2. Установчі документи та статутний капітал

Установчі документи – це «...документи, які фіксують волевиявлення на створення юридичної особи, її правовий статус як юридичної особи, мету, для досягнення якої вона створюється, права та обов'язки засновників та членів організації, умови її припинення, склад та компетенцію органів юридичної особи, взаємовідносини із третіми особами [28]».

Згідно з нормами Господарського кодексу України, установчими документами юридичної особи є рішення про його утворення або засновницький договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання [3].

Засновницький договір – це «...належним чином оформлений документ, на підставі якого створюється та функціонує суб'єкт господарювання, а також який визначає його правовий статус як підприємницької організації [28]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання та визначають [3]:

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

Статут – це «...установчий документ юридичної особи, який підлягає державній реєстрації, є відкритим для ознайомлення контрагентами, а його копія зберігається у реєстраційній справі юридичної особи [3]».

Основними структурними елементами статуту підприємства є такі розділи [3]:

1. Загальні положення, предмет (вид), основні цілі та напрями діяльності.
2. Зовнішньоекономічна діяльність.
3. Права підприємства (фірми), його майно.
4. Виробничо-господарська діяльність, управління підприємством та його трудовим колективом.
5. Організація та оплата праці.
6. Розподіл прибутків і компенсація збитків.
7. Облік, звітність і контроль.
8. Припинення діяльності підприємства.

Статут підприємства затверджується власником (або власниками) майна – засновником (або засновниками) підприємства [3].

Модельний статут – це статут, що затверджується Кабінетом Міністрів та є однаковим для всіх товариств з обмеженою відповідальністю, що обрали його у якості установчого документа, за винятком положень, які можуть обиратися товариством самостійно.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Тільки товариства з обмеженою відповідальністю мають право діяти на підставі модельного статуту [24].

Положення модельного статуту, які можуть обиратися товариством самостійно стосуються строку внесення статутного капіталу, порядку та строку внесення додаткових вкладів, порядку вступу та виходу з товариства, виплати дивідендів, деяких питань порядку прийняття рішень загальними зборами, виконавчого органу товариства [24].

Пункти, які товариство може обирати самостійно, зазвичай містять декілька підпунктів, серед яких ви можете обрати один або декілька (зноски по тексту модельного статуту підкажуть у яких саме пунктах можна обирати один або декілька підпунктів). Підпункти які позначені знаком «*» визначаються за замовчуванням, якщо товариством не буде обрано альтернативний варіант. Наприклад:

21. Дивіденди виплачуються за:

21.1) будь-який період, що є кратним кварталу;

21.2) календарний рік.

Недоліками модельного статуту є [24]:

- зміни в такий статут вносяться без відома та згоди підприємців;

- не всі контрагенти знають про існування такого статуту;

- неможливо прописати особливості діяльності.

Наприклад, обмежити директора в його правах стосовно підписання окремих видів договорів, або обмежити суму, на яку директор має право підписувати договори. А в деяких випадках неможливо прибрати обмеження, які вже встановлено Законом, і які могли б бути виключені з власного статуту.

Перевагами модельного статуту є те, що не потрібно нотаріально посвідчувати статут та поводити його державну реєстрацію, а в майбутньому не потрібно приводити модельний статут у відповідність до норм законодавства, яке дуже часто змінюється, адже модельний статут оновлюється автоматично.

Відмінності модельного статуту від звичайного:

- 1) встановлення строку для внесення вкладу у зв'язку зі створенням Товариства (в модельному передбачено 6 місяців, у власному можете збільшити до декількох років);

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

2) виплати дивідендів (у модельному дивіденди виплачуються за будь-який період, що є кратним кварталу, у власному можете вказати інший період або прибрати таке обмеження);

3) кількості голосів кожного учасника на загальних зборах учасників (у модельному – пропорційно частки в статутному капіталі, у власному можна встановити інше);

4) відкритість голосування на загальних зборах учасників (у модельному передбачено відкрите голосування, у власному статуті можна встановити закрите).

Статутний капітал – це «...сукупність матеріальних (речових) і грошових коштів та інших нематеріальних цінностей, які є постійним внеском його засновників-учасників у створене ними господарське товариство з метою забезпечення діяльності підприємства й отримання на цій основі прибутку [13]».

Порядок формування статутного капіталу залежить від обраної організаційно-правової форми юридичної особи. Тому, визначаючи, як формуватиметься статутний капітал нової юридичної особи, засновники повинні уважно вивчити норми відповідного законодавства для тієї або іншої форми юридичної особи, а саме:

- чи є законодавчо встановлений мінімальний розмір статутного капіталу для цієї організаційно-правової форми (наприклад, для товариства з обмеженою відповідальністю такого обмеження немає, а для акціонерних товариств мінімальний розмір статутного капіталу становить не менше 200 мінімальних заробітних плат, виходячи з розміру, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства);

- чи встановлені законодавством строки формування статутного капіталу. Наприклад, учасники ТОВ зобов'язані передати свої вклади до статутного капіталу протягом 6 місяців з дати державної реєстрації товариства (ст. 14 Закону «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» № 2275). Водночас цією ж статтею Закону передбачено, що

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

статутом може бути визначений інший строк здійснення вкладів до статутного капіталу;

- яке майно може виступати як вклади до статутного капіталу;

- як повинна проводитися оцінка майнових вкладів учасників до статутного капіталу.

Також при формуванні статутного капіталу треба врахувати, що законодавством встановлено певні заборони. Так, господарським товариствам не можна формувати статутний капітал за рахунок (ст. 86 ГКУ) [3]:

- бюджетних коштів;

- майна державних (комунальних) підприємств, яке згідно із законом або рішенням органу місцевого самоврядування не підлягає приватизації;

- майна, яке перебуває в оперативному управлінні бюджетних організацій.

Окрім цього, заборони можуть бути запроваджені окремими спеціальними законами. Наприклад, не можуть бути вкладом до статутного капіталу: право користування земельною ділянкою державної та комунальної власності; векселі.

Внесками засновників можуть бути:

- у матеріальній формі – будинки, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності;

- у грошовій формі – грошові ресурси та цінні папери;

- у формі нематеріальних цінностей – усі види майнових прав: на користування землею та іншими природними ресурсами, у тому числі інтелектуальною власністю.

Статутний капітал може поповнюватися за рахунок частини прибутку від господарської діяльності, а також додаткових внесків учасників

5.3. Поняття державної реєстрації та Єдиного державного реєстру

Державна реєстрація – це «...офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу-підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій [13]».

Єдиний державний реєстр створюється з метою забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту достовірною інформацією про юридичних осіб, громадські формування, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб-підприємців (ФОП) з Єдиного державного реєстру.

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) — «... публічний реєстр юридичних осіб України, що виконує роль державного контролю та захисту прав юридичних осіб, громадських формувань та підприємців України, а також захисту прав третіх осіб у правовідносинах з ними [13]».

Відомості про юридичну особу та фізичну особу-підприємця вносяться до Єдиного державного реєстру на підставі [3]:

- 1) відповідних заяв про державну реєстрацію;
- 2) документів, що подаються для проведення інших реєстраційних дій;
- 3) відомостей, отриманих у результаті інформаційної взаємодії між Єдиним державним реєстром та інформаційними системами державних органів.

В Єдиному державному реєстрі містяться такі дані про юридичну особу [3]:

- 1) найменування юридичної особи, у тому числі скорочене (за наявності);
- 2) ідентифікаційний код юридичної особи в Єдиному державному реєстрі підприємств і організацій України;
- 3) організаційна форма;
- 4) перелік засновників (учасників) юридичної особи;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- 5) інформація про кінцевого бенефіціарного власника юридичної особи;
- 6) місцезнаходження юридичної особи;
- 7) види діяльності;
- 8) назва органів управління юридичної особи;
- 9) відомості про керівника юридичної особи;
- 10) розмір статутного капіталу та розмір частки кожного із засновників ;
- 11) вид установчого документа та ін.

В Єдиному державному реєстрі містяться такі дані про ФОП [3]:

- 1) прізвище, ім'я, по батькові;
- 2) дата народження;
- 3) реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта (для фізичних осіб, які через свої релігійні переконання відмовилися від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків, повідомили про це відповідний контролюючий орган і мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта);
- 4) країна громадянства;
- 5) місцезнаходження (місце проживання або інша адреса, за якою здійснюється зв'язок з фізичною особою - підприємцем);
- 6) види діяльності;
- 7) дата та номер запису в Єдиному державному реєстрі;
- 8) інформація для здійснення зв'язку з фізичною особою - підприємцем: телефон та адреса електронної пошти та ін.

5.4. Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців здійснюється відповідно до вимог Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань».

Для проведення державної реєстрації державному реєстратору необхідно подати такі документи [3]:

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

1) заяву про державну реєстрацію юридичної особи (у заяві можна зазначити, що юридична особа діє на підставі модельного статуту, а також прохання заявника про реєстрацію юридичної особи як платника ПДВ та/або обрання спрощеної системи оподаткування, та/або включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій);

2) установчий документ юридичної особи;

Додатково:

3) документ, що підтверджує реєстрацію іноземної особи у країні її місцезнаходження – у разі створення юридичної особи, засновником якої є іноземна юридична особа;

4) примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) передавального акта – у разі створення юридичної особи в результаті перетворення, злиття або виділу;

5) примірник оригіналу (нотаріально засвідчена копія) розподільчого балансу – у разі створення юридичної особи в результаті поділу;

6) документи для державної реєстрації змін про юридичну особу, що містяться в Єдиному державному реєстрі - у разі створення юридичної особи в результаті виділу;

7) документи для державної реєстрації припинення юридичної особи в результаті злиття та поділу – у разі створення юридичної особи в результаті злиття та поділу.

Для державної реєстрації фізичної особи підприємцем подаються такі документи [3]:

1) заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем (у заяві можна зазначити, що юридична особа діє на підставі модельного статуту, а також прохання заявника про реєстрацію юридичної особи як платника ПДВ та/або обрання спрощеної системи оподаткування, та/або включення до Реєстру неприбуткових установ та організацій);

2) нотаріально засвідчена письмова згода батьків (усиновлювачів) або піклувальника чи органу опіки та піклування - для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю, але не має повної цивільної дієздатності.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Для державної реєстрації ФОП онлайн необхідно скористатися електронним цифровим підписом (ЕЦП) та виконати такі дії:

- зареєструватися або авторизуватися на diia.gov.ua за допомогою ЕЦП;
- створити і підписати ЕЦП заяву про реєстрацію ФОП та застосування спрощеної системи оподаткування.

Процедура державної реєстрації ФОП онлайн займає два робочі дні, окрім вихідних та святкових днів. В кабінеті громадянина можна перевірити статус заяви після її подання. Повідомлення про державну реєстрацію ФОП (чи відмову в державній реєстрації) направляється в кабінет громадянина, а також на електронну пошту. Після реєстрації ФОП в Єдиному державному реєстрі також буде відповідний запис. З цього моменту можна буде отримати витяг з реєстру в кабінеті громадянина. Оплата за реєстрацію ФОП не передбачена, оплата здійснюється тільки за матеріальні витрати видачі витягів.

Строк розгляду документів, поданих для державної реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців – протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів.

Перелік підстав для зупинення розгляду документів, поданих для державної реєстрації:

- подання документів або відомостей не в повному обсязі;
- невідповідність документів вимогам до оформлення документів;
- невідповідність відомостей, зазначених у заяві про державну реєстрацію, відомостям, зазначеним у документах, поданих для державної реєстрації, або відомостям в Єдиному державному реєстрі;
- невідповідність реєстраційного номера облікової картки платника податків або серії та номера паспорта відомостям, які містяться в інформаційних системах інших органів державної влади;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- невідповідність відомостей, зазначених у документах, поданих для державної реєстрації, відомостям, що містяться в Єдиному державному реєстрі.

Розгляд документів зупиняється на строк, що становить 15 календарних днів з дати їх зупинення. Повідомлення про зупинення розгляду документів із зазначенням строку та виключного переліку підстав для його зупинення розміщуються на порталі електронних сервісів у день зупинення та надсилаються заявнику на адресу його електронної пошти.

Суб'єкт господарювання має право використовувати у своїй діяльності печатки. Використання суб'єктом господарювання печатки не є обов'язковим. Відбиток печатки не може бути обов'язковим реквізитом будь-якого документа, що подається суб'єктом господарювання до органу державної влади або органу місцевого самоврядування.

Копія документа, що подається суб'єктом господарювання до органу державної влади або органу місцевого самоврядування, вважається засвідченою у встановленому порядку, якщо на такій копії проставлено підпис уповноваженої особи такого суб'єкта господарювання або особистий підпис фізичної особи-підприємця.

Орган державної влади або орган місцевого самоврядування не вправі вимагати нотаріального засвідчення вірності копії документа у разі, якщо така вимога не встановлена законом.

Наявність або відсутність відбитка печатки суб'єкта господарювання на документі не створює юридичних наслідків.

Виготовлення, продаж та/або придбання печаток здійснюється без одержання будь-яких документів дозвільного характеру.

Обов'язками новоствореної юридичної особи є:

- повідомити орган ДПС про призначення осіб, відповідальних за ведення бухгалтерського обліку, за формою № 1-ОПП відповідно до вимог п. 66.4 ПКУ. Зробити це потрібно протягом 10 днів з моменту взяття на облік як платника податків;

- повідомити орган ДПС про виникнення об'єктів оподаткування за формою № 20-ОПП згідно з п. 63.3 ПКУ11.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Строк такого повідомлення - 10 робочих днів з моменту виникнення об'єкта оподаткування.

Рахунки в банках відкриваються за правилами, викладеними в Інструкції, затвердженій постановою Правління НБУ від 12.11.03 р. № 492.

Для відкриття рахунка до вибраного підприємством банку подається заява за формою додатка 2 до Інструкції № 492, підписана керівником підприємства або уповноваженою особою. При цьому фізична особа, яка від імені юридичної особи відкриває поточний рахунок, має пред'явити паспорт або інший документ, що посвідчує її особу (паспорт), і надати документи, що підтверджують її повноваження (наприклад, довіреність). Далі між підприємством і банком укладається письмовий договір про відкриття поточного рахунка.

Крім того, під час відкриття рахунка підприємство надає банку перелік осіб, які мають право розпоряджатися рахунком і підписувати розрахункові документи, і документи, що підтверджують їх повноваження, у паперовій/електронній формі (засобами інформаційних, телекомунікаційних, інформаційно-телекомунікаційних систем) у порядку, установленому внутрішніми документами банку (п. 9 Інструкції № 492). Кількість розпорядників рахунка в переліку не обмежується. Перелік засвідчується підписом керівника (уповноваженої особи) підприємства. Про відкриття поточного рахунка банк повідомляє орган ДПС самостійно, а проводити видаткові операції за цим рахунком підприємство зможе після того, як банк отримає повідомлення від податкового органу про взяття банківського рахунка на облік (п. 69.4 ПКУ).

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Що таке КВЕД?*
- 2. Дайте визначення та характеристику установчих документів суб'єктів підприємництва.*
- 3. Для яких організаційно-правових форм юридичної особи можна використовувати модельний статут?*
- 4. Наведіть переваги та недоліки модельного статуту.*
- 5. Що таке статутний фонд та які вимоги до його формування?*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

6. *Що таке державна реєстрація суб'єктів підприємництва?*
7. *Який порядок проведення державної реєстрації юридичної особи?*
8. *Назвіть підстави для відмови у державній реєстрації.*
9. *Чи обов'язково суб'єкту підприємства використовувати печатку?*
10. *Яка процедура відкриття рахунку в банку?*

ТЕМА 6. ОПОДАТКУВАННЯ БІЗНЕСУ

- 6.1. Визначення податку та його види
- 6.2. Застосування спрощеної системи оподаткування
- 6.3. Поняття реєстратора розрахункових операцій

Ключові слова:	
➤ Групи платників єдиного податку	➤ Прямі податки
➤ Загальна система оподаткування	➤ Реєстратор розрахункових операцій (РРО)
➤ Непрямі податки	➤ Спрощена система оподаткування, обліку та звітності
➤ Податок	

6.1. Визначення податку та його види

Здійснення підприємницької діяльності без сплати податків і зборів є неможливим. Кожен підприємець рано чи пізно стикається з необхідністю відвідування податкових органів. Розуміння системи оподаткування необхідне для вибору оптимальної системи оподаткування, яка найкраще підходить до обраного типу бізнесу.

Відповідно до статті 6 Податкового кодексу, *податок* – «...це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку відповідно до ПКУ» [14].

Податковий кодекс України встановлює всі види податків і зборів, які поділяються на загальнодержавні та місцеві. Сукупність загальнодержавних та місцевих податків та зборів, що справляються в установленому законодавством порядку, становить *податкову систему України*.

Загальнодержавні податки є обов'язковими до сплати по всій Україні і мають фіксовані ставки. До них належать ПДВ,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ЄСВ, податок на прибуток, ПДФО, акцизний та екологічний податки, а також податки на надра та землю.

До загальнодержавних податків належать [14]:

- податок на прибуток підприємств;
- податок на доходи фізичних осіб (18 %);
- податок на додану вартість;
- акцизний податок;
- екологічний податок;
- рентна плата;
- мито.

Місцеві податки діють в межах визначених ставок і включають єдиний податок, податок на нерухомість (окрім земельної ділянки), туристичний збір та інші збори.

До місцевих податків належать [14]:

• податок на майно, який складається з:
○ податку на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки;

- транспортного податку;
- плати за землю;
- єдиний податок.

До місцевих зборів належать [14]:

- збір за місця для паркування транспортних засобів;
- туристичний збір.

Податки в Україні можна поділити на чотири основні групи:

1. Прямі податки – залежні від доходу (ПДФО – 18%, єдиний податок – 3,5%).
2. Непрямі податки – залежать від обсягів виробництва та продажів (ПДВ – 20%, акцизний податок).
3. Податки, пов'язані з оплатою праці — ЄСВ (22%), ПДФО та військовий збір (5%).
4. Інші податки, як екологічний, сільськогосподарський, на землю тощо.

Особливу увагу слід приділити прямим та непрямим податкам, оскільки інші види податків і зборів є однаковими для всіх систем оподаткування.

6.2. Застосування спрощеної системи оподаткування

В Україні існують дві основні системи оподаткування для підприємців: загальна та спрощена. Кожна з них має свої податки та збори, і вибір між ними є важливим для підприємця.

Загальна система оподаткування передбачає обчислення податків від чистого доходу (доходи мінус витрати). Основним недоліком цієї системи є необхідність підтвердження всіх витрат документами, що може викликати труднощі. Непідтверджені витрати не враховуються, і податки доведеться сплачувати навіть у разі збитків.

Основні податки загальної системи оподаткування включають ПДФО (18%), військовий збір (5%), ЄСВ (22%) та ПДВ (20%), якщо річний дохід перевищує 1 млн гривень.

Ця система підходить для великих та середніх підприємців, які мають значні підтверджені витрати, пов'язані з отриманням прибутку, і не мають обмежень за обсягом фінансової виручки, на відміну від спрощеної системи.

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – «...це особливий механізм справляння податків зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених законодавством, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності [14]».

Спрощена система оподаткування може застосовуватися як підприємцями, так і юридичними особами. При цьому всі суб'єкти підприємницької діяльності в рамках спрощеної системи оподаткування поділені на 4 групи (табл. 6.1).

Юридична особа чи фізична особа-підприємець може самостійно обрати спрощену систему оподаткування, якщо така особа відповідає вимогам, встановленим законодавством, та реєструється платником єдиного податку.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Таблиця 6.1

Спрощена система оподаткування в Україні

	<i>1 група</i>	<i>2 група</i>	<i>3 група</i>	<i>4 група</i>
<i>Суб'єкт господарювання</i>	для фізичних осіб-підприємців	для фізичних осіб-підприємців	для фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб	для сільськогосподарських товаровиробників
<i>Ставка ЄП</i>	до 10% від прожиткового мінімуму	до 20% від мінімальної ЗП	5% від доходу	передбачена п. 293.9 ст. 293 ПКУ
<i>Ставка ЄП для платників ПДВ</i>	—	—	3% від доходу	передбачена п. 293.9 ст. 293 ПКУ
<i>Обсяг доходів</i>	167 мінімальних ЗП за рік (в 2024 році — 1 185 700грн)	834 мінімальні ЗП за рік (в 2024 році — 5 921 400грн)	1167 мінімальних ЗП за рік (в 2024 році — 8 285 700грн)	75% та більше складає частка сільськогосподарського товаровиробництва
<i>Найменші працівники</i>	—	< 10	необмежено	необмежено
<i>Податковий період</i>	1 рік	1 рік	1 квартал	1 квартал
<i>Види діяльності</i>	«роздрібна торгівля» і «побутові послуги населенню»	«послуги», «виробництво/продаж товарів», «ресторанне господарство»	будь-які види діяльності, дозволені для спрощеної системи	

Джерело: складено на основі [14].

З 1 січня 2025 року ФОП, які перебувають на спрощеній системі оподаткування сплачуватимуть військовий збір (ВЗ):

- 1 та 2 групи: **800 грн/місяць** (10% від мінімальної зарплати); 3 група: **1% від доходу**.

Фіксовані ставки єдиного податку встановлюють підприємцям сільські, селищні, міські ради або ради об'єднаних територіальних громад, що створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад, залежно від виду господарської діяльності, з розрахунку на календарний місяць.

Для ФОП виділяють чотири групи платників єдиного податку [14]:

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

1. Перша група – фізичні особи-підприємці, які не використовують працю найманих осіб, здійснюють виключно роздрібний продаж товарів з торговельних місць на ринках та/або провадять господарську діяльність з надання побутових послуг населенню і обсяг доходу яких протягом календарного року не перевищує 167 розмірів мінімальної заробітної плати.

Максимальна ставка податку – у межах до 10% розміру прожиткового мінімуму щомісяця (ставка податку встановлюється сільськими, селищними та міськими радами, де ФОП здійснює діяльність).

Періодичність сплати – раз на місяць, не пізніше 20 числа поточного місяця, платити треба, якщо навіть не має доходу.

2. Друга група – фізичні особи-підприємці, які здійснюють господарську діяльність з надання послуг, у тому числі побутових, платникам єдиного податку та/або населенню, виробництво та/або продаж товарів, діяльність у сфері ресторанного господарства (з алкогольних напоїв можна продавати пиво та столове вино), за умови, що протягом календарного року відповідають сукупності таких критеріїв:

- не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, одночасно не перевищує 10 осіб;

- обсяг доходу не перевищує 834 розміри мінімальної заробітної плати.

Не можуть бути платниками єдиного податку 2 групи ФОП, які надають посередницькі послуги з купівлі, продажу, оренди та оцінювання нерухомого майна, а також здійснюють діяльність з виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння.

Ставка податку – у межах до 20% розміру мінімальної заробітної плати (встановлюється сільськими, селищними та міськими радами, де ФОП здійснює діяльність).

Періодичність сплати – раз на місяць, не пізніше 20 числа поточного місяця, платити треба, якщо навіть не має доходу.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

3. Третя група – фізичні особи-підприємці та юридичні особи, які не використовують працю найманих осіб або кількість осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах, не обмежена, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 1167 розмірів мінімальної заробітної плати.

Ставка податку – 3% доходу у разі сплати ПДВ або 5% доходу, якщо ФОП чи юридична особа не зареєстрована як платник ПДВ.

4. Платниками єдиного податку четвертої групи можуть бути сільськогосподарські товаровиробники, тільки юридичні особи, в яких максимально допустимий обсяг доходу не обмежений, кількість найманих працівників – необмежена.

Платниками єдиного податку четвертої групи можуть бути сільськогосподарські товаровиробники незалежно від організаційно-правової форми, у яких питома вага доходу, отриманого від реалізації сільгосппродукції власного виробництва та продуктів її переробки за попередній податковий (звітний) рік, становить не менше 75% загальної суми доходу за цей же період.

Базою оподаткування для платників єдиного податку четвертої групи є: для сільгоспугідь – нормативна грошова оцінка 1 га.

Річна сума податку розбивається на 4 квартали:

1 – 10%

2 – 10%

3 – 50%

4 – 30%

Періодичність сплати – раз у квартал протягом 30 календарних днів після кінця кварталу.

Ставка єдиного податку визначається у відсотках від бази оподаткування і становлять: для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільгоспугідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) – 0,95; ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, – 0,57; багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) – 0,57;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на польських територіях, – 0,19; земель водного фонду – 2,43; сільгоспугідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, – 6,33.

Не можуть бути платниками єдиного податку суб'єкти господарювання (юридичні особи та фізичні особи-підприємці), які здійснюють [14]:

1) діяльність з організації, проведення азартних ігор, лотерей (крім розповсюдження лотерей), парі (букмекерське парі, парі тоталізатора);

2) обмін іноземної валюти;

3) виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива та столових вин);

4) видобуток, виробництво, реалізацію дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, у тому числі органогенного утворення (крім виробництва, постачання, продажу (реалізації) ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення та напівдорогоцінного каміння);

5) видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення;

6) діяльність у сфері фінансового посередництва, крім діяльності у сфері страхування, яка здійснюється страховими агентами;

7) діяльність з надання послуг пошти (крім кур'єрської діяльності) та зв'язку;

8) діяльність з організації, проведення гастрольних заходів та ін.

Реєстрація платником єдиного податку може бути на певні види господарської діяльності (не на усі).

У разі провадження виду діяльності, який не підпадає під єдиний податок – дохід отриманий від нього оподатковується за загальною системою оподаткування.

6.3. Поняття реєстратора розрахункових операцій

Реєстратор розрахункових операцій (РРО) – пристрій, який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажі товарів (наданні послуг), операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та/або реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг), операцій з приймання готівки для подальшого переказу.

До реєстраторів розрахункових операцій належать: електронний контрольно-касовий апарат, електронний контрольно-касовий реєстратор, вбудований електронний контрольно-касовий реєстратор, комп'ютерно-касова система, електронний таксометр, автомат з продажу товарів (послуг).

Якщо у ФОП – платника єдиного податку, обсяг доходу перевищив запланований обсяг – сума перевищення оподатковується за загальною системою.

Суб'єкти господарювання, які здійснюють розрахункові операції в готівковій та/або в безготівковій формі (із застосуванням електронних платіжних засобів, платіжних чеків, жетонів тощо) при продажу товарів (наданні послуг) у сфері торгівлі, громадського харчування та послуг, а також операції з приймання готівки для виконання платіжної операції зобов'язані:

1) проводити розрахункові операції на повну суму покупки (надання послуги) через зареєстровані, опломбовані у встановленому порядку та переведені у фіскальний режим роботи реєстратори розрахункових операцій або через зареєстровані фіскальним сервером контролюючого органу програмні реєстратори розрахункових операцій зі створенням у паперовій та/або електронній формі відповідних розрахункових документів, що підтверджують виконання розрахункових операцій;

2) надавати особі, яка отримує або повертає товар, отримує послугу або відмовляється від неї, включаючи ті, замовлення або оплата яких здійснюється з використанням мережі Інтернет, при отриманні товарів (послуг) в обов'язковому порядку розрахунковий документ встановленої форми та змісту на повну суму проведеної операції, створений в паперовій та/або

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

електронній формі (у тому числі, але не виключно, з відтворенням на дисплеї реєстратора розрахункових операцій чи дисплеї пристрою, на якому встановлений програмний реєстратор розрахункових операцій QR-коду, який дозволяє особі здійснювати його зчитування та ідентифікацію із розрахунковим документом за структурою даних, що в ньому міститься, та/або надсиланням електронного розрахункового документа на наданий такою особою абонентський номер або адресу електронної пошти).

Фізичні особи-підприємці – платники єдиного податку другої, третьої та четвертої груп згідно з вимогами Податкового кодексу України з 01 січня 2022 року зобов'язані застосовувати РРО при здійсненні розрахункових операцій незалежно від виду діяльності та обсягу доходу.

Фізичні особи-підприємці, які є платниками єдиного податку та не зареєстровані платниками податку на додану вартість, при продажу товарів (крім підакцизних товарів, технічно складних побутових товарів, що підлягають гарантійному ремонту, лікарських засобів, виробів медичного призначення, ювелірних та побутових виробів з дорогоцінних металів, дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органічного утворення та напівдорогоцінного каміння) або наданні послуг мають право в розрахунковому документі зазначати назву товару (послуги) у вигляді, що відображає споживчі ознаки товару (послуги) та ідентифікує належність такого товару (послуги) до товарної групи чи послуги.

! ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Що таке податок?*
- 2. Які податки та збори належать до місцевих?*
- 3. Що таке спрощена система оподаткування, обліку та звітності?*
- 4. Яка максимальна ставка єдиного податку для I групи платників єдиного податку?*
- 5. Якими видами діяльності можна займатися на I групі платників єдиного податку?*
- 6. Чи можна на I групі наймати працівників?*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

7. *Яка максимальна ставка єдиного податку для 2 першої групи?*
8. *Яку кількість працівників можна наймати на 3 групі платників єдиного податку?*
9. *Якими видами діяльності не можна займатися на спрощеній системі оподаткування?*
10. *Що таке реєстратор розрахункових організацій?*

ТЕМА 7. ОТРИМАННЯ ДОЗВОЛІВ НА ПОЧАТОК РОБОТИ

7.1. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню

7.2. Ліцензія та ліцензійні умови

7.3. Одержання, переоформлення та анулювання ліцензії

7.4. Реєстрація декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці

Ключові слова:

- | | |
|---|---------------------------|
| ➤ Анулювання ліцензії | ➤ Ліцензійні умови |
| ➤ Види діяльності, що підлягають ліцензуванню | ➤ Орган ліцензування |
| ➤ Ліцензія | ➤ Переоформлення ліцензії |

7.1. Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню

Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, порядок їх ліцензування, державний контроль у сфері ліцензування, відповідальність суб'єктів господарювання та органів ліцензування за порушення законодавства у сфері ліцензування встановлено Законом України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності».

До основних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, належать наступні [21]:

1. Пошук (розвідка) корисних копалин.
2. Виробництво вибухових речовин і матеріалів.
3. Видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінних каменів.
4. Централізоване водопостачання та водовідведення.
5. Посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном.
6. Медична практика.
7. Ветеринарна практика.
8. Діяльність у сфері освіти.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

9. Банківська діяльність, діяльність з надання фінансових послуг.

10. Виробництво і торгівля алкогольними напоями та тютюновими виробами.

11. Будівельна діяльність.

12. Туроператорська діяльність.

13. Діяльність у галузі телебачення та радіомовлення.

14. Культивування рослин та ін.

7.2. Ліцензія та ліцензійні умови

Ліцензія – «...право суб'єкта господарювання на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню [21]».

Орган ліцензування – «...державний орган, уповноважений законом або Кабінетом Міністрів України на здійснення ліцензування господарської діяльності [21]».

Орган ліцензування за відповідним видом господарської діяльності [21]:

1) отримує та розглядає заяву з документами, а також повідомлення, подання яких до органу ліцензування передбачено законом, і за результатом їх розгляду приймає рішення про:

-залишення заяви без розгляду;

-видачу ліцензії або відмову у видачі ліцензії;

-переоформлення ліцензії;

-зупинення дії ліцензії повністю або частково;

-відновлення дії ліцензії повністю або частково;

-анулювання ліцензії повністю або частково;

-розширення або звуження провадження виду господарської діяльності ліцензіатом;

видачу інших документів, визначених законом, що стосуються повноважень органу ліцензування.

2) розробляє проекти ліцензійних умов і змін до них та подає їх в установленому порядку на затвердження Кабінету Міністрів України;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

3) здійснює контроль за додержанням ліцензіатами вимог ліцензійних умов;

4) формує та веде ліцензійний реєстр;

5) формує та веде ліцензійні справи, забезпечує їх зберігання, передачу та одержання у паперовій та/або електронній формі;

6) здійснює інформаційне та методичне супроводження ліцензування;

7) надає інформацію з ліцензійних справ;

8) складає та подає спеціально уповноваженому органу з питань ліцензування щорічний ліцензійний звіт до 30 січня року, наступного за звітним.

Ліцензійні умови – «...нормативно-правовий акт Кабінету Міністрів України, іншого уповноваженого законом органу державної влади, положення якого встановлюють вичерпний перелік вимог до провадження господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, обов'язкових для виконання ліцензіатом, та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії [21]».

У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для провадження яких необхідні спеціальні знання, включаються кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – юридичних осіб та (або) до фізичних осіб – підприємців [21].

У разі якщо для провадження певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, необхідні особливі вимоги щодо будівель, приміщень, обладнання, інших технічних засобів, такі вимоги включаються до ліцензійних умов.

7.3. Одержання, переоформлення та анулювання ліцензії

Здобувач ліцензії подає до органу ліцензування заяву про отримання ліцензії за визначеною ліцензійними умовами формою. У заяві про отримання ліцензії повинна міститися інформація про [21]:

1) здобувача ліцензії:

для юридичної особи – повне найменування, місцезнаходження, ідентифікаційний код;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

для фізичної особи – підприємця – прізвище, ім'я, по батькові, дані про місце проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків (не зазначається фізичною особою, яка через свої релігійні переконання відмовляється від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомила про це відповідний орган державної податкової служби і має відмітку у паспорті, – подається копія цієї відмітки) та згода на обробку персональних даних ;

2) вид господарської діяльності.

До заяви про отримання ліцензії додаються:

1) документи відповідно до ліцензійних вимог;

2) копія паспорта керівника здобувача ліцензії (або довіреної особи) із відміткою органу державної податкової служби про повідомлення про відмову через свої релігійні переконання від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків (подається тільки фізичними особами - підприємцями, які через свої релігійні переконання відмовляються від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків та повідомили про це відповідний орган державної податкової служби);

3) опис документів, що подаються для одержання ліцензії, у двох екземплярах.

Орган ліцензування протягом п'яти робочих днів з дня одержання заяви про отримання ліцензії встановлює наявність або відсутність підстав для залишення її без розгляду і в разі її наявності приймає відповідне рішення. Рішення про залишення заяви про отримання ліцензії без розгляду набуває чинності з дня його прийняття та підлягає обов'язковому оприлюдненню на офіційному вебсайті органу ліцензування і внесенню інформації про таке рішення до ліцензійного реєстру наступного робочого дня після його прийняття.

Підставою для залишення заяви про отримання ліцензії без розгляду є:

«...1) подання не в повному обсязі документів, що додаються до заяви для отримання ліцензії;

2) заява або хоча б один з документів, що додається до заяви про отримання ліцензії:

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

підписаний особою, яка не має на це повноважень; оформлений із порушенням вимог, складений не за встановленою формою або не містить даних, які обов'язково вносяться до них;

3) подання заяви з порушенням строків, передбачених законодавством;

4) відсутність у Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань відомостей про здобувача ліцензії (суб'єкта господарювання) або наявність відомостей про державну реєстрацію його припинення [21]».

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

«...1) встановлення невідповідності здобувача ліцензії ліцензійним умовам, встановленим для провадження виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про отримання ліцензії;

2) виявлення недостовірності даних у підтвердних документах, поданих здобувачем ліцензії. Виявленням недостовірності даних у підтвердних документах, поданих суб'єктом господарювання до органу ліцензування, є встановлення на момент подання документів здобувачем ліцензії чи ліцензіатом наявності розбіжності між даними, наведеними у них, та фактичним станом цього суб'єкта господарювання;

3) наявність в органу ліцензування інформації про рішення суду щодо здобувача ліцензії, що забороняє йому провадити окремий вид господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, та набрало законної сили відповідно [21]».

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі неповної інформації, здобувач ліцензії може подати до органу ліцензування нову заяву про отримання ліцензії після усунення причин, що стали підставою для прийняття такого рішення.

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі невідповідності ліцензійним умовам, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про отримання ліцензії не раніше ніж через три місяці з дати прийняття відповідного рішення про відмову.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Строк прийняття рішення про видачу ліцензії становить десять робочих днів з дня одержання органом ліцензування заяви про отримання ліцензії [21].

Ліцензія на провадження здобувачем ліцензії визначеного ним виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, оформлюється органом ліцензування в електронному вигляді (запис про рішення органу ліцензування щодо видачі ліцензії суб'єкту господарювання в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань) та відображається у виписці з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань, яка видається ліцензіату безоплатно, та підлягає обов'язковому оприлюдненню на порталі електронних сервісів у порядку, визначеному Міністерством юстиції України в Порядку надання відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань

Ліцензія видається на необмежений строк. Форму та зміст ліцензії визначає спеціально уповноважений орган з питань ліцензування.

За видачу ліцензії справляється разова плата в розмірі одного прожиткового мінімуму виходячи з розміру прожиткового мінімуму для працездатних осіб, що діє на день прийняття органом ліцензування рішення про видачу ліцензії, якщо інший розмір плати не встановлений законом.

Плата за видачу ліцензії вноситься ліцензіатом у строк не пізніше десяти робочих днів з дня оприлюднення на порталі електронних сервісів рішення про видачу ліцензії.

Підставами для переоформлення ліцензії є [21]:

1. У разі зміни серії та номера паспорта ліцензіата – фізичної особи – підприємця, який через свої релігійні переконання відмовився від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків, повідомив про це відповідний орган державної податкової служби та має відповідну відмітку у паспорті, він невідкладно подає до органу ліцензування повідомлення про таку зміну, додавши до нього копію (фотокопію) паспорта з відміткою органу державної

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

податкової служби про повідомлення про відмову через свої релігійні переконання від прийняття реєстраційного номера облікової картки платника податків.

2. Ліцензіат зобов'язаний повідомляти органу ліцензування про всі зміни даних, які були зазначені в його документах, що додавалися до заяви про отримання ліцензії, у строк, встановлений ліцензійними умовами, але не пізніше ніж один місяць з дня настання таких змін.

Рішення про переоформлення ліцензії підлягає оприлюдненню на порталі електронних сервісів не пізніше робочого дня, наступного за днем прийняття такого рішення.

Ліцензія може бути анульована на таких підставах [21]:

- за заявою ліцензіата про анулювання ліцензії;
- на підставі акту про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- на підставі рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання;
- на підставі нотаріально завіреної копії свідоцтва про смерть фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності;
- на підставі акту про виявлення недостовірних відомостей у документах, наданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;
- на підставі акту про установлення факту передачі ліцензії іншій юридичній особі чи фізичній особі для здійснення господарської діяльності;
- на підставі акту про установлення факту неподання у встановлений термін інформації про зміни даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії;
- на підставі акту про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов;
- у зв'язку з неспроможністю ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов, установлених для визначеного виду господарської діяльності.

7.4. Реєстрація декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці

Виконання робіт підвищеної небезпеки, експлуатація (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки здійснюються роботодавцем, виробником або постачальником на підставі декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з питань охорони праці.

Декларація за встановленою формою подається у двох екземплярах, за місцезнаходженням юридичної особи або фізичної особи – підприємця не пізніше ніж за п'ять робочих днів до початку виконання робіт підвищеної небезпеки та експлуатації (застосування) машин, механізмів, устаткування підвищеної небезпеки.

Перелік робіт підвищеної небезпеки:

1. Електрозварювальні, газополум'яні, наплавочні і паяльні роботи. Контроль за зварювальними з'єднаннями.
2. Роботи в охоронних зонах ліній електропередач.
3. Роботи на кабельних лініях і діючих електроустановках.
4. Роботи в зонах дії струму високої частоти, іонізуючого випромінювання, електростатичного та електромагнітного полів, а також роботи із застосуванням лазерів, дозиметрів.
5. Роботи на повітряних лініях зв'язку, які перетинають лінії електропередач, контактні проводи.

Послуга надається територіальними органами Держпраці в електронному вигляді та через центри надання адміністративних послуг за місцем державної реєстрації суб'єкта звернення:

- Західне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Волинська, Закарпатська, Львівська, Рівненська області);
- Південно-Західне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Івано-Франківська, Тернопільська, Чернівецька області);
- Центральнo-Західне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Житомирська, Хмельницька, Вінницька області);

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- Центральне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Чернігівська, Київська, Черкаська області);
- Східне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Донецька, Луганська області);
- Північно-Східне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Полтавська, Сумська, Харківська області);
- Південно-Східне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Дніпропетровська, Запорізька, Кіровоградська області);
- Південне міжрегіональне управління Державної служби з питань праці (Миколаївська, Одеська, Херсонська області).

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. *Що таке ліцензія та ліцензійні умови?*
2. *Які види діяльності підлягають ліцензуванню?*
3. *Який порядок одержання ліцензії?*
4. *Наведіть приклади органів ліцензування?*
5. *Яка вартість за ліцензію?*
6. *У який термін вноситься плата за видачу ліцензії?*
7. *Перерахуйте підстави для переоформлення ліцензії.*
8. *На яких підставах можна анулювати ліцензію?*
9. *Назвіть види робіт підвищеної небезпеки.*
10. *Який механізм реєстрації декларації відповідності матеріально-технічної бази вимогам законодавства з охорони праці?*

**ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ. ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАСАДИ
ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ**

**ТЕМА 8. ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСУВАННЯ ВЛАСНОГО
БІЗНЕСУ**

8.1. Джерела фінансування власного бізнесу

8.2. Залучення ресурсів шляхом використання різних форм державної та міжнародної фінансової підтримки малого бізнесу

Ключові слова:	
➤ Грант	➤ Краудлендинг
➤ Грант для бізнесу	➤ Краудсорсинг
➤ Інвестиції	➤ Середньострокові кредити
➤ Довгострокові кредити	➤ Фандрейзинг
➤ Короткострокові кредити	➤ Ярмарок кредитів
➤ Краудфандинг	➤ Ярмарок кредитів (фінансовий ярмарок)
➤ Краудінвестинг	

8.1. Джерела фінансування власного бізнесу

За даними статистики, власний капітал у структурі джерел фінансування підприємств становить близько 30%. Реалізація будь-якого бізнес-проекту потребує наявності джерел для його фінансування. Їх умовно можна поділити на чотири основні групи [11]:

- традиційні джерела фінансування бізнесу: власний капітал, банківські кредити, позики небанківських фінансово-кредитних установ, «ЗД фінансова підтримка – домашні, друзі, диваки» або «F end F – друзі та родина», кошти, залучені від емісії цінних паперів та ін.;

- залучення ресурсів шляхом використання різних форм фінансової кооперації підприємств, серед яких: субпідряд, лізинг, венчурне фінансування, франчайзинг, фінансова підтримка «бізнес-янголів» й ін.;

- альтернативні (сучасні) джерела фінансування бізнесу: краудфандинг, фандрейзинг, одержання грантів (у т. ч. за рахунок

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

міжнародних організацій), краудінвестинг, краудлендинг, краудсорсинг та ін.;

- залучення ресурсів шляхом використання різних форм державної і міжнародної фінансової підтримки малого бізнесу, серед яких: створення фондів підтримки стартапів, реалізація програми мікрокредитування, організація інвестиційних форумів стартапів та ярмарків кредитів, одержання державного замовлення (здійснення державних закупівель), дотацій та субсидій бізнесу, застосування механізму часткового відшкодування відсоткових ставок за кредитом та ін.

Власти власні гроші у бізнес – це найпростіше, що можна зробити, коли є така потреба. Складність полягає у тому, як потім ці кошти примножити та повернути.

Інвестиція власних коштів виправдана, якщо передбачається довгострокове отримання суттєвих прибутків, є чітке розуміння реалізації проекту та можливість задіяти власну експертність у справі.

Якщо тільки запускається бізнес, не має стабільності й налагоджених процесів, краще використати інші інструменти.

8.2. Залучення ресурсів шляхом використання різних форм державної та міжнародної фінансової підтримки

В українському бізнес-середовищі часто скептично ставляться до кредитів. Їх сприймають радше як ознаку невдачі компанії, ніж як ефективний фінансовий інструмент. Цьому сприяють також високі облікові ставки, доволі жорстка монетарна політика НБУ, недосконалість банківської та судової систем.

Натомість у європейських країнах цей фінансовий інструмент не вважають чимось сумнівним та активно використовують. За статистикою Європейського центрального банку, великі компанії беруть кредити переважно для інвестицій в оборотний капітал і нарощення товарних запасів. При цьому близько 20% малих та середніх підприємств використовують кредитні кошти для наймання і навчання нових співробітників, розробки й запуску нових продуктів.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Кредити, які надаються банками, поділяються за строками користування на:

а) короткострокові – до 1 року; можуть надаватися банками у разі тимчасових фінансових труднощів, що виникають у зв'язку з витратами виробництва та обігу, не забезпечених надходженням коштів у відповідному періоді;

б) середньострокові – до 3 років; можуть надаватися на оплату обладнання, поточні витрати, на фінансування капітальних вкладень;

в) довгострокові – понад 3 роки; можуть надаватися для формування основних засобів.

Документи, які потрібно подати в банк для отримання кредиту:

- Для юридичної особи:

1. Квартальні звіти за останні три квартали.
2. Копії установчих документів, документів про реєстрацію, перереєстрацію.
3. Протокол № 1 (або наказ № 1) про призначення директора і головного бухгалтера.
4. Протокол зборів засновників (акціонерів) про підтвердження суми і мети позики і повноважень керівників підписувати всі документи, пов'язані з отриманням кредиту.
5. Копії паспортів керівників, які мають право підпису, та головного бухгалтера.
6. Копії договорів оренди приміщень і транспорту, договорів про спільну діяльність.
7. Виписку з обслуговуючого банку про рух за рахунками за останні 6 місяців (з розшифруванням проведених операцій по рахунках).
8. Оборотно-сальдові відомості (баланси) за останні 6 місяців (з розбивкою помісячно).
9. Список основних засобів (незалежно від постановки на баланс).
10. Копії документів, що підтверджують право власності на нерухомі об'єкти, що знаходяться на балансі підприємства.
11. Список товарно-матеріальних запасів (товари, готова продукція, сировина, напівфабрикати) на дату подачі заявки.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

12. Копії ліцензій на право заняття певними видами діяльності, патентів і дозволів.

13. Список дебіторів і кредиторів Заявника на момент подачі заявки (з розшифровкою умов і термінів розрахунків).

14. Калькуляція собівартості продукції, що випускається (для кредитів на виробництво).

15. Будь-які інші документи, які можуть сприяти ухваленню рішення про надання кредиту (рахунки-фактури, контракти, митні декларації, договори поручительства і т.п.).

16. Картка із зразками підписів директора і головного бухгалтера та з печаткою фірми.

- *Для фізичних осіб-підприємців:*

1. Паспорт.

2. Ідентифікаційний код.

3. Витяг з реєстру.

4. Договори оренди.

5. Квартальні податкові декларації (за останні два квартали).

6. Будь-які інші документи, які можуть сприяти ухваленню рішення (бізнес-план і т.д.).

Для бізнесу в Україні доступні наступні програми залучення коштів [8; 9]:

1. Доступні кредити 5–7–9%

• **5%** *Умови кредитування:* для бізнесу з річним доходом до 50 млн грн, за умови найму не менше 2 нових працівників протягом одного кварталу.

Мета кредитування:

- кредит на фінансування інвестиційного проекту (інвестиційний кредит);

- кредит на поповнення обігових коштів, необхідних для реалізації інвестиційного проекту в розмірі до 25% його вартості (надається виключно у поєднанні з інвестиційним кредитом).

Додаткова компенсація відсоткової ставки: 0,5–2 процентних пунктів за кожного нового співробітника.

• **7%** *Умови кредитування:* для бізнесу з річним доходом до 50 млн грн, за кожне нове робоче місце відсоткова ставка зменшується на 0,5% річних, але не менше 5% річних.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Мета кредитування:

- кредит на фінансування інвестиційного проекту (інвестиційний кредит);
- кредит на поповнення обігових коштів, необхідних для реалізації інвестиційного проекту в розмірі до 25% його вартості (надається виключно у поєднанні з інвестиційним кредитом).

Власний внесок учасника:

- для діючого бізнесу – від 10% від суми проекту;
- для новоствореного бізнесу – від 15% від суми проекту
- **9%** *Умови кредитування:* для бізнесу з річним доходом більше 50 млн грн, за кожне нове робоче місце відсоткова ставка зменшується на 0,5% річних, але не менше 5% річних.

Мета кредитування:

- кредит на фінансування інвестиційного проекту (інвестиційний кредит);
- кредит на поповнення обігових коштів, необхідних для реалізації інвестиційного проекту в розмірі до 25% його вартості (надається виключно у поєднанні з інвестиційним кредитом).

Максимальний термін кредиту: до 5 років – для інвестиційних кредитів, до 3 років – для кредитів на поповнення обігових коштів [Мінфін].

2. Гранти: державні, приватні, міжнародні

Це один із найбільш привабливих інструментів фінансування бізнесу. Існує декілька визначень поняття «*грант*»:

1. Грант (англ. «grant») – дар, дотація, стипендія) – це цільова фінансова дотація, що надається вченим на проведення наукових досліджень.

2. Грант – це безоплатна цільова субсидія, що надається на конкурсній основі організації, ініціативній групі або індивідуальній особі для реалізації заявленого проекту в тій чи іншій сфері діяльності.

3. Грант – благодійний внесок або цільове пожертвування, надане фізичними і юридичними особами в грошовій і натуральній формах.

4. Грант – кошти, безоплатно передані дарувальником (фондом, корпорацією, урядовим закладом або приватною

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

особою) некомерційній організації або приватній особі для виконання конкретної роботи.

5. Грант – кошти, техніка або інші ресурси, що безповоротно передається донором (фондом, корпорацією, державною установою або приватною особою) некомерційній організації або приватній особі для виконання конкретної роботи.

Гранти для бізнесу – допомога бізнес-клієнтам у залученні коштів на розвиток власної справи, консультації, зустрічі, експертні оцінки, пошук можливостей фінансування та робота з грантовими заявками за залученням відповідних експертів».

Більшість грантів не потрібно повертати – у цьому полягає їхня головна перевага перед іншими типами залучення коштів.

З точки зору періодичності проведення грантові програми поділяються на:

- разові конкурси – програми грантів, які проводяться фондами один раз (як правило, вони спрямовані на досягнення певних цілей і завдань);
- циклічні конкурси – програми грантів, які повторюються через певні проміжки часу – один-два рази на рік;
- постійні конкурси – програми грантів, які не мають певних термінів подання заявок на фінансування. Проекти розглядаються за фактом їх надходження.

Які бувають гранти?

Гранти від уряду. Програма «Робота», яка надає кошти на відкриття власної справи, запуск переробних підприємств, вирощування садів та організацію теплиць. За умовами програми, підприємець зобов'язується працювати не менш як 3 роки, вести прозору діяльність і створювати робочі місця. Вкладені в нього гроші підприємець поступово повертає державі у вигляді податків.

Дана програма спрямована на активізацію підприємницької діяльності та стимулювання створення нових робочих місць.

Проект включає 6 грантових програм, а саме:

- мікрогранти для створення власного бізнесу;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- гранти для розвитку переробного підприємства;
- державне фінансування закладки саду;
- кошти для розвитку тепличного господарства;
- грант на реалізацію стартапу, у тому числі в сфері ІТ;
- кошти на навчання ІТ-спеціальностям.

Отримати гранти можуть як підприємці-початківці, так і підприємці, які вже мають досвід ведення бізнесу [8].

Гранти від приватних компаній та міжнародних донорів. Зазвичай міжнародні організації видають гранти не просто на підтримку бізнесу, а для розв'язання суспільно важливих питань. Це, наприклад, створення робочих місць, розробка продуктів, які позитивно впливають на екологію, працевлаштування вразливих категорій населення тощо. Чим амбітніша ваша глобальна мета, тим більша ймовірність отримати фінансування на її реалізацію.

Програма USAID «Конкурентоспроможна економіка України» – грантова програма для створення і підтримки діяльності об'єднань підприємств у експортні альянси із загальним обсягом фінансування \$ 1,5 млн.

Грантова програма має на меті підтримати підприємства, які прагнуть спільно просувати свою продукцію на міжнародних ринках. Ця ініціатива реалізується Програмою у співпраці з Міністерством економіки України у партнерстві з Офісом з розвитку підприємництва та експорту та національним проектом Дія. Бізнес та покликана підвищити рівень інтернаціоналізації українського бізнесу, збільшити експорт товарів і послуг на міжнародних ринках.

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) створив *програму під назвою EU4Business*. Фінансування виділяється малим компаніям під цілі купівлі технологій та обладнання для посилення поточної операційної діяльності. Також використовується кредитна лінія. Розроблено кілька варіантів кредитних продуктів в залежності від потреб компанії.

Програма Європейського інвестиційного банку (ЄІБ): Initiative East акцентує увагу на невеликих підприємствах, що залучили у свої господарські процеси не більше 10 осіб. Сума кредиту у цьому випадку становить 25 тис. євро. Використовуються такі механізми для підтримки бізнесу як

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

механізм кредитних гарантій, механізм фінансування та технічна допомога. Кошти надаються на період до 5 років у випадку купівлі основних засобів та до 3 років, якщо мова йде про поповнення оборотних ресурсів. У цьому випадку компенсується 1% від вартості нових кредитів, що є відносно несуттєвим показником

Приватні компанії також надають допомогу на конкретну мету – розвиток інноваційних технологій, розробку нових рішень в ІТ-секторі, запуск освітніх проєктів тощо.

3. Інвестиції – це потужний інструмент розвитку бізнесу. Для менших і молодших бізнесів найкращий спосіб залучити кошти – показати себе у спільноті потенційних українських інвесторів. Один із вдалих інструментів для цього – бізнес-ком'юніті. Спільноти підприємців – тренд, який набирає обертів, кількість клубів постійно збільшується.

Інвестування найбільше підходить компаніям, які вже мають кілька років успішної роботи, налагоджені бізнес-процеси та упорядковану фінансову діяльність.

Краудфандинг – це «...інструмент, який залучає кошти від великої кількості благодійників через спеціальні платформи [26]». В Україні цей тип фінансування бізнесу не є популярним. Проте у світі його активно використовують, особливо технологічні стартапи.

Перевага краудфандингу в тому, що за його допомогою можна зібрати кошти на запуск власної справи фактично з нуля. Краудфандинг найбільше підходить для креативних, інноваційних і соціальних проєктів, здатних зацікавити велику кількість людей.

Краудінвестинг (інвестування натовпом) – це порівняно новий термін, який з'явився тільки наприкінці 2000-х, але поширення в наукових колах він набув у 2010 р. Таке інвестування є однією з «...форм залучення фінансування, в якій велика кількість людей (мікроінвесторів) з типово невеликою сумою грошей через мережу Інтернету можуть вкласти гроші в нові проєкти («стартапи») [26]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Краудлендинг (кредитування натовпом) – це «...форма кредитування, при якій у ролі кредитора виступає не фінансова організація, а фізична особа або група осіб [26]».

Краудсорсинг (використання ресурсів натовпу) – це «...передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти без укладання трудового договору) [26]».

Фандрейзинг, або збір коштів – це «...процес залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо), які організація не може забезпечити самостійно та які необхідні для реалізації певної або своєї діяльності загалом [26]». На відміну від краудфандингу, фандрейзингова діяльність передбачає індивідуальний пошук, комунікацію і залучення зацікавлених інвесторів, а не шляхом участі у конкурсі.

Ярмарок кредитів (фінансовий ярмарок) – «...унікальна платформа, яка дає малому і середньому бізнесу нові можливості для розвитку шляхом доступу до кредитних ресурсів та інформації про можливі джерела фінансування [26]».

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що належить до традиційних джерел фінансування бізнесу?
2. Що належить до альтернативних джерел фінансування бізнесу?
3. Які види кредитів надають банки?
4. Які документи необхідно подати для одержання кредиту?
5. Які бувають гранти?
6. Назвіть переваги та недоліки краудфандингу.
7. Проаналізуйте програму кредитування 5–7–9%.
8. Що таке краудсорсинг?
9. Які грантові програми включає урядовий проект «eРобота»?
10. Яка мета Програми USAID «Конкурентоспроможна економіка України»?

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ТЕМА 9. МАРКЕТИНГ У БІЗНЕСІ

9.1. Цілі та інструменти маркетингу

9.2. Реклама як інструмент просування власного бізнесу

Ключові слова:

- | | |
|---------------------------------------|---------------------------|
| ➤ CRM-система | ➤ Принципи маркетингу |
| ➤ Email-маркетинг | ➤ Портрет клієнта |
| ➤ SEO-оптимізація | ➤ Таргетингові розсилки |
| види реклами | ➤ Функції маркетингу |
| ➤ Інструменти маркетингу | ➤ План рекламної кампанії |
| ➤ Маркетинг | ➤ Реклама |
| ➤ Маркетинг у соціальних мережах, SMM | ➤ Рекламна кампанія |

9.1. Цілі та інструменти маркетингу

Маркетинг – це діяльність, пов'язана з активізацією продажу товару фірми через виявлення проблем, потреб і попиту клієнтів ринку, вишукування нових способів задоволення потреб або їх створення і задоволення з урахуванням довготривалих інтересів людини і суспільства через обмін.

Основними функціями маркетингу є: аналітична, виробнича, збутова, управління та контролю. *Суть аналітичної функції* полягає в дослідженні ринку та ринкової кон'юнктури, аналізі споживачів, вивченні фірмової структури ринку, аналізі внутрішнього середовища тощо.

Виробнича функція передбачає виробництво нових товарів та технологій, організацію матеріально-технічного забезпечення, управління якістю продукції.

Зміст збутової функції полягає в організації системи товароруху, системи маркетингових комунікацій, розробці товарної політики, організації сервісу та ін.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Функція управління та контролю передбачає стратегічне та оперативне планування, інформаційне забезпечення маркетингу, управління ризиками та ін.

Сучасний маркетинг характеризується встановлення довгострокових, конструктивних, привілейованих стосунків з потенційними клієнтами, тобто є маркетингом стосунків [2].

Відповідно до концепції маркетингу стосунків, «...компанія повинна:

- зосередитись на побудові довгострокових довірчих стосунків з клієнтами та партнерами;
- надавати клієнтам якісне обслуговування та індивідуальний підхід;
- в основу діяльності покласти особисті комунікації з клієнтами та партнерами;
- залучати до укріплення взаємовідносин з клієнтами усіх співробітників компанії [25]».

Принципи маркетингу: «...

- створення нової цінності здійснюється з думкою про наступний розподіл вигоди між виробником і споживачем;
- клієнти поступово перетворюються з споживачів на партнерів, тому певні цінності створюються не тільки для них, а і разом з ними;
- усі бізнес-процеси компанії спрямовуються на створення цінностей, які потрібні покупцю;
- уся робота, що здійснюється «сьогодні», повинна бути націлена на невизначено довгий проміжок часу;
- клієнти підприємства, які є постійними покупцями, відносяться до окремої групи, з якою поступово вибудовуються більш тісні, привілейовані відносини;
- удосконалення організаційної структури та внутрішніх зв'язків компанії здійснюється з врахуванням забезпечення створення та виробництва цінностей, бажаних для споживача [25]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Продовженням концепції маркетингу взаємодії стала концепція B2B, B2C та B2G маркетингу:

B2C маркетинг (бізнес для споживача) – маркетингова модель, що характерна для підприємств, що реалізують товари і послуги для кінцевого споживача, який купує продукт для особистого використання (наприклад підприємства роздрібної торгівлі, виробники, які працюють без посередників, підприємства сфери побутових послуг, ресторанный бізнес, інтернет-комерція тощо);

B2B маркетинг (бізнес для бізнесу) – модель маркетингової взаємодії з приводу купівлі-продажу товарів між комерційними підприємствами, що знаходяться на різних рівнях виробничо-збутового ланцюга.

B2G маркетинг (бізнес для уряду) – маркетингова модель, що визначає сферу взаємовідносин між бізнесом та державними органами влади. Відносини в цьому секторі чітко регламентовані нормами законодавства і ґрунтуються на державних закупівлях.

Інструменти маркетингу

1. *Управління відносинами з клієнтами або CRM (Customer relationship management)*. Без неї підприємство не може якісно будувати довготривалі відносини з клієнтами та стабільно збільшувати свої продажі.

CRM-система – це технологічне рішення для управління всіма відносинами компанії з наявними та потенційними клієнтами. Цей інструмент автоматизує бізнес-процеси, допомагає сформувати клієнтську базу, вести історію комунікації з покупцями та планувати майбутню взаємодію.

2. *Портрет клієнта*. Він допомагає визначити потреби споживачів, їхні інтереси та стиль життя і на підставі цього сегментувати цільову аудиторію компанії. Без такого системного аналізу бізнесу важко позиціювати товар на ринку, тож є ризик випустити нежиттєздатний продукт.

Портрет клієнта – це узагальнений неперсоніфікований образ клієнта компанії, який формується на основі аналізу великих даних (Big Data).

Він може містити такі дані, як стать, вік, інтереси та інші характеристики.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

3. *Пошукова оптимізація або SEO* Оптимізація пошукових систем (Search engine optimization). Це набір технік, які допомагають покращити видимість сайту та його вмісту для результатів пошуку у системах (Google).

SEO-оптимізація важлива для бізнесу, вона допомагає потенційним покупцям знайти компанію та її продукти під час звичайного пошуку в інтернеті.

4. *Контент-маркетинг* є одним з провідних напрямків маркетингу, а також дієвим інструментом для просування продукту, формування бренду компанії, побудові знань про товар у клієнтів тощо.

Його суть у тому, щоб створювати привабливий для цільової аудиторії контент, як, наприклад, статті, блоги, пости у соціальних мережах, відео тощо.

5. *Тригерні та таргетовані розсилки*. Сегментація цільової аудиторії дозволяє бізнесу персоніфікувати свою пропозицію окремо для кожної з груп клієнтів. Наприклад, приватні дитячі садочки можуть націлити свою рекламу на батьків, які мають маленьких дітей, а професійні навчальні курси – на людей у віці 20–35 років, які цікавляться новими вакансіями.

Усе це можливо завдяки такому інструменту маркетингу як таргетинг. *Таргетингові розсилки* (від англ. target, ціль) – це рішення для персоналізованої комунікації з клієнтами.

6. *Маркетинг у соціальних мережах або SMM (Social Media Marketing)* важлива частина маркетингової стратегії будь-якої компанії. Саме присутність брендів у соціальних мережах стала одним із головних каналів комунікації з клієнтами.

SMM – це один з інструментів інтернет-маркетингу, суть якого у присутності бізнесу в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok). Компанії використовують ці платформи, щоб будувати свій бренд, збільшувати продажі, залучати клієнтів на сайт, отримувати постійний зворотний зв'язок від цільової аудиторії тощо.

7. *Email-маркетинг*. Комунікація через електронну пошту залишається одним із важливих маркетингових інструментів для бізнесу. Email-маркетинг – це вид прямого маркетингу, який використовує електронні листи для просування продуктів

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

компанії. Наприклад, можна надсилати акційні пропозиції, новини компанії, корисні блоги або ж пропонувати клієнтам, які давно не робили у вас покупок, знижки на товари.

9.2. Реклама як інструмент просування власного бізнесу

Реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо такої особи чи товару. Реклама важливий інструмент для роботи підприємства.

За допомогою реклами фірма не лише спонукає споживачів до купівлі товарів та послуг. Завдяки їй досягаються й інші цілі – знайомство з новими товарами та способами задоволення потреб, формування іміджу компанії та торгових марок, виховання культури споживання та естетики тощо.

Види реклами

- реклама в інтернет,
- друкована реклама,
- реклама на транспорті і в транспорті,
- реклама в торгових мережах,
- зовнішня реклама,
- реклама в соцмережах,
- реклама на телебаченні, в кіно та кінотеатрах і т.д.

В потужній рекламі повинна бути присутня ідея (креатив) і вдале дизайнерське рішення в оформленні цієї ідеї.

Крім візуальної частини, в рекламі міститься і текстова частина – це робота копірайтера.

Рекламний текст будується за певними правилами і має загальноприйнятну структуру, яка містить основні частини:

1. Слоган.
2. Заголовок/зачин.
3. Основний рекламний текст (інформаційний блок).
4. Довідкова інформація.
5. Ехо-фраза.

Рекламна кампанія – це комплекс рекламних заходів, об'єднаних метою (цілями), для реалізації маркетингової стратегії

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

рекламодавця шляхом спонукання заданого кола споживачів до дії за допомогою рекламних звернень.

План рекламної кампанії – це важливий документ, який дозволяє синхронізувати всі дії пов'язані з рекламуванням продукту. План рекламної кампанії складається на певний період.

План рекламної кампанії за правилами повинен бути частиною маркетингового плану підприємства і повинен включати такі основні розділи:

- резюме для керівництва (виклад інформації маркетингового плану, рекламні цілі, рекламна стратегія, кошторис витрат на проведення маркетингової кампанії);

- результати аналізу вихідних даних про компанію-замовника та продукцію її виробництва (проблема, опис ринкової позиції товару, аналіз конкурентів, споживачів, партнерів, виявлення ділянок ринкового простору);

- цілі рекламної кампанії (розробка концепції, визначення та розробка основних фаз рекламної кампанії);

- рекламна стратегія (визначення рекламних носіїв, розробка та обґрунтування формату звернення на носіях інформації);

- бюджет рекламної кампанії.

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. *Дайте визначення поняттю “маркетинг”.*
2. *В чому полягає відмінність ринку покупця і ринку продавця?*
3. *Охарактеризуйте функції маркетингу.*
4. *Відповідно до яких принципів здійснюється маркетинг?*
5. *Які існують маркетингові концепції? Охарактеризуйте кожну з них.*
6. *В чому полягає сутність CRM-системи?*
7. *На підставі чого можна визначити потреби споживачів, їхні інтереси та стиль життя та сегментувати цільову аудиторію компанії?*
8. *В чому полягає сутність контент-маркетингу?*
9. *Які бувають види реклами?*
10. *Назвіть структурні елементи плану рекламної кампанії.*

**ТЕМА 10. ОРГАНІЗАЦІЯ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОГО
ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ БІЗНЕСУ**

10.1. Сутність матеріально-технічного забезпечення

10.2. Вибір постачальників для власного бізнесу

Ключові слова:		
➤ Індексний (статистичний) метод	➤ Поточний матеріалів	запас
➤ Запаси матеріалів	➤ Страховий матеріалів	запас
➤ Матеріально-технічне забезпечення (МТЗ)	➤ Транспортно-заготівельні витрати (ТЗВ)	
➤ Метод рецептурного складу	➤ Цілі МТЗ	
➤ Нормативний метод	➤ Функції МТЗ	
➤ Підготовчий запас матеріалів		

10.1. Сутність матеріально-технічного забезпечення

Матеріально-технічне забезпечення – це «...процес забезпечення бізнесу сировиною, матеріалами, напівфабрикатами, готовими виробами, які необхідні для господарської діяльності відповідно до визначених потреб та у певні терміни [10]».

Злагоджений потік матеріально-технічних ресурсів не допускає простоїв, що призводить до більш ефективного використання необхідних для виробництва ресурсів.

Основні цілі матеріально-технічного забезпечення: «...»

- Безперебійне забезпечення бізнесу необхідними засобами на рівні сучасних досягнень науково-технічного прогресу.

- Вибір постачальників, оптимізація господарських зв'язків між бізнесом та постачальниками.

- Маневрування матеріальними ресурсами та створення економічно обґрунтованих запасів матеріальних ресурсів.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

• Застосування прогресивних шляхів та засобів транспортування вантажів з метою прискорення та здешевлення процесу обміну.

• Економне використання засобів виробництва.

• Зменшення витрат з матеріально-технічного забезпечення бізнесу [10]».

Матеріально-технічне постачання виконує такі функції:

• визначення потреби в матеріалах;

• розрахунок запасів усіх норм товарно-матеріальних цінностей на плановий період;

• організацію матеріально-технічного постачання;

• організація зберігання матеріально-технічних ресурсів і їх видача.

Для планування потреб бізнесу у матеріалах використовують такі методи:

1. *Нормативний метод* – «...потреба в матеріалах визначається як добуток норми витрат на одиницю продукції і обсягу виробництва:

$$M_j = \sum_{i=1}^n Q_i H_{mij}, \quad (10.1)$$

де n – кількість видів виробів, на які розраховується матеріал j -го найменування;

Q_i – обсяг виробництва i -ї продукції, шт. (м, м² і т. ін.);

H_{mij} – норма витрат j -го матеріалу на виробництво одиниці продукції i -го виду.

Цей метод можна використати для розрахунку потреби в матеріалах на одиницю продукції або її частину – вузол, деталь тощо. Необхідність у таких розрахунках постає в разі масового та серійного виробництва.

2. *Індексний (статистичний) метод* – при відсутності норм потреба в матеріалах на плановий період може бути знайдена «...методом динамічних коефіцієнтів, тобто виходячи із фактичних витрат за минулий період та індексів програми виробництва та норм витрат матеріалів за формулою:

$$M = M_f \cdot I_Q \cdot I_n, \quad (10.2)$$

де M_f – фактичні витрати певного матеріалу минулого періоду;

I_Q – індекс програми виробництва;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

I_n – індекс норм витрат матеріалів.

3. *Метод рецептурного складу* – «...застосовується в таких галузях як металургійна, харчова, виробництва будівельних матеріалів, скляна. Спочатку розраховується обсяг придатної продукції, необхідної для виконання виробничої програми (скломаса, шихта, тістова суміш, будівельна суміш) за формулою:

$$P_{\text{пр}} = \sum_{j=1}^n BЧ_j * Q_j, \quad (10.3)$$

де $P_{\text{пр}}$ – продукція придатна для обробки;

$BЧ_i$ – чорнова вага i -го виробу;

Q_i – план виробництва i -х виробів.

Запаси матеріалів – це «...матеріальні цінності, що очікують виробничого споживання для виготовлення продукції, надання послуг [10]».

Усі запаси матеріалів умовно поділяють на поточні, страхові та підготовчі.

Поточний запас матеріалів – це «...основна частина запасу матеріалів, яка витрачається у виробництві між двома їх поточними поставками. Величина його залежить від трьох факторів: величини щоденного споживання, характеру витрат (ступінь рівномірного споживання), часу між двома послідовними поставками [10]».

Максимальний поточний запас визначається за формулою:

$$Z_{\text{max пот}} = \bar{M}_{\text{доб}} \cdot T_{\text{пост}}, \quad (10.4)$$

де $\bar{M}_{\text{доб}}$ – середньодобові витрати матеріалу, натур. один.;

$T_{\text{пост}}$ – період між двома поточними поставками, дні.

Страховий запас матеріалів – «...запас матеріалів, який забезпечить безперебійність виробництва у випадках порушення графіка поставки матеріалів. Планова величина цього запасу постійна, а фактично вона може зменшуватись при затримці одержання чергової партії матеріалів [10]». У подальшому вона поповнюється за рахунок надходження наступної партії.

Страховий запас залежить від різних факторів, багато з яких не піддаються кількісній оцінці і тому при нормуванні їх

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

врахувати неможливо. Практично страховий запас планується за формулою:

$$Z_{\text{страх}} = \overline{M}_{\text{доб}} T_c, \quad (10.5)$$

де T_c – час в днях, необхідний для термінової (позапланової) поставки матеріалів в разі порушення періодичності постачання або нестачі оборотних запасів з інших непередбачуваних причин (наприклад, при непередбаченому замовленні понадпланової партії продукції з боку «поважного» споживача).

Підготовчий запас матеріалів – «...запас матеріальних ресурсів, які повинні бути у стадії підготовки до виробничого використання. Потреба в підготовчому запасі матеріалів виникає при здійсненні підготовчих операцій (розвантаження, приймання, сортування, сушка, правка та інші) для підготовки матеріалів, які надійшли від постачальника, і передачі їх у виробництво [10]». Величина підготовчого запасу може бути визначена за формулою:

$$Z_{\text{підг}} = \overline{M}_{\text{доб}} \cdot \sum t_{\text{опер}}, \quad (10.6)$$

де $\sum t_{\text{опер}}$ – сума часу на всі підготовчі операції.

У сумі поточний, страховий, підготовчий запаси складають загальні запаси матеріалів.

Загальна вартість матеріальних запасів у складі оборотних коштів підприємства становитиме:

$$K_{(\text{об})\text{м}} = \sum C_i \cdot (Z_{\text{пот}} + Z_{\text{страх}} + Z_{\text{підг}}) \cdot K_{(T-3)i}, \quad (10.7)$$

де C_i – ціна i -го матеріалу, грн/кг;

$K_{(T-3)i}$ – коефіцієнт транспортно-заготівельних витрат для i -го матеріалу.

Потрібно мати на увазі, що для бізнесу не менш важливо максимально можливе скорочення виробничих запасів із урахуванням мінімізації витрат на їхнє транспортування та збереження [10].

10.2. Вибір постачальників для власного бізнесу

Завдання вибору та оцінювання постачальника пов'язано з

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

пошуком потенційних постачальників та порівняльним аналізом їх конкурентних переваг.

Пошук потенційних постачальників можна здійснювати за посередництвом:

- оголошення конкурсу (тендеру);
- вивчення рекламних матеріалів (каталогів, оголошень в ЗМІ, «стихійної» реклами);
- відвідування виставок і ярмарків;
- інтернет-ресурсів.

В результаті формується список потенційних постачальників, який постійно поновлюється і доповнюється.

Для здійснення економічно обґрунтованого вибору постачальника найбільш доцільними є наступні критерії вибору постачальників [4]:

- ритмічність та надійність поставки;
- якість продукції;
- повнота асортименту;
- ціна товару;
- вартість транспортно-заготівельних витрат;
- періодичність поставки;
- відстань до постачальника;
- мінімальна партія поставки;
- умови оплати;
- фінансове становище постачальника, його кредитоспроможність та ін.

Окрім визначених кількісних критеріїв оцінки постачальника існує також велика група якісних показників, які відіграють важливу роль в процедурі вибору, але погано піддаються визначенню. До таких показників відноситься імідж постачальника, відсутність негативних повідомлень про нього у партнерів по бізнесу або в засобах масової інформації, здатність іти на контакт і розвивати тривалі партнерські відносини і т.д. Негативна оцінка хоча б по одному із цих параметрів може викреслити постачальника зі списку можливих партнерів.

У процесі своєї діяльності практично будь-який бізнес несе витрати з доставки необхідних товарів. Такі витрати мають назву

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

транспортно-заготівельних.

Транспортно-заготівельні витрати (ТЗВ) – «...витрати, пов'язані із заготівлею і доставкою матеріальних цінностей (товарів, сировини, матеріалів, інструментів), які включають витрати на:

- заготівлю запасів;
- оплату тарифів за вантажно-розвантажувальні роботи;
- оплату тарифів (фрахту) за транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання;
- страхування ризиків транспортування запасів [4]».

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. *Що таке матеріально-технічне забезпечення?*
2. *Перерахуйте цілі матеріально-технічного забезпечення?*
3. *Які методи використовуються для планування потреб бізнесу у матеріалах?*
4. *Як визначається поточний запас матеріалів?*
5. *Що таке запаси матеріалів?*
6. *Від яких факторів залежить страховий запас матеріалів?*
7. *Як визначати величину підготовчого запасу матеріалів?*
8. *Як можна здійснювати пошук потенційних постачальників для бізнесу?*
9. *Перерахуйте критерії вибору постачальників.*
10. *З яких елементів складаються транспортно-заготівельні витрати?*

**ТЕМА 11. ПОШУК ТА НАЙМ ПЕРСОНАЛУ ДЛЯ
ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ**

11.1. Пошук персоналу для власного бізнесу

11.2. Найм персоналу

Ключові слова:

- | | |
|-----------------------------|----------------------|
| ➤ Вакансія | ➤ Найм персоналу |
| ➤ Джерела відбору персоналу | ➤ Професійний добір |
| ➤ Етапи відбору | ➤ Психологічні тести |
| ➤ Інтерв'ю | ➤ Тестування |
| ➤ | |

11.1. Пошук персоналу для власного бізнесу

Пошук і найм персоналу є важливими етапами у розвитку власного бізнесу. Для того щоб бізнес ефективно функціонував і мав конкурентні переваги, необхідно забезпечити компанію працівниками, які відповідають вимогам і мають відповідні професійні та особисті якості. Успіх бізнесу значною мірою залежить від того, наскільки правильно підібраний персонал, оскільки саме співробітники є основною рушійною силою будь-якої організації. У цьому контексті важливо враховувати професійний добір, його етапи, внутрішні та зовнішні джерела персоналу, а також ефективні методи оцінки кандидатів.

Професійний добір – це складний процес, який включає кілька етапів і має на меті забезпечити підприємство співробітниками, що мають необхідні навички та компетенції для досягнення поставлених цілей [27].

Процес підбору персоналу є багатоступеневим і включає кілька важливих етапів [27]:

1. Збір інформації про вакансію. На цьому етапі визначаються основні вимоги до посади, її обов'язки та кваліфікаційні критерії. Це дозволяє створити точний портрет кандидата і підготувати детальний опис вакансії.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

2. *Складання і погодження заявки на підбір працівника.* Після отримання інформації про вакансію формується заявка на підбір, яка погоджується з керівником.

3. *Затвердження заявки керівником замовника.* Заявка має бути затверджена керівництвом, що підтверджує потребу в новому співробітникові.

4. *Розробка стратегії підбору працівника.* Визначається стратегія підбору відповідно до вимог вакансії та строків її закриття.

5. *Планування і узгодження бюджету.* На цьому етапі визначається бюджет, необхідний для процесу підбору: витрати на рекламу, використання зовнішніх ресурсів і т.д.

6. *Оцінка відповідності ресурсів і стратегії.* Важливо перевірити, чи відповідають ресурси обраній стратегії, і за потреби скоригувати її.

7. *Вибір постачальників послуг з пошуку працівника.* Якщо використовуються зовнішні агентства або інші джерела пошуку, на цьому етапі їх вибирають і підключають до процесу.

8. *Планування етапів відбору.* Визначаються всі кроки процесу відбору: оголошення вакансії, пошук кандидатів, співбесіди, тестування.

9. *Проведення етапів відбору.* Відбір працівників проводиться відповідно до запланованих заходів.

10. *Зворотний зв'язок.* Важливим елементом є отримання зворотного зв'язку від кандидатів і постачальників під час пошуку та відбору.

11. *Робота над іміджем компанії.* У процесі пошуку слід постійно вдосконалювати імідж компанії, щоб приваблювати більше кандидатів.

12. *Пропозиція кандидату.* Після відбору кращого кандидата йому робиться офіційна пропозиція щодо працевлаштування.

13. *Вихід на роботу.* Обраний кандидат починає працювати в компанії.

14. *Інформування інших кандидатів.* Після закриття вакансії інших кандидатів слід повідомити про результати.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

15. *Аналіз результатів.* Важливо провести аналіз процесу найму та підбиття підсумків для покращення подальших процедур.

16. *Випробувальний термін.* Новий працівник проходить випробувальний термін, після якого можна оцінити його придатність до роботи.

Процес пошуку і відбору персоналу може базуватися на різних джерелах: внутрішніх або зовнішніх. Кожен з підходів має свої переваги і недоліки, і успіх у залученні найкращих кандидатів залежить від вміння бізнесу ефективно їх використовувати.

Внутрішні джерела відбору передбачають пошук кандидатів на відкриті посади серед наявного персоналу компанії. Це один із найпоширеніших методів залучення працівників, що має низку переваг.

Переваги внутрішніх джерел [27]:

1. Лояльність та мотивація працівників. Коли співробітники бачать, що компанія пропонує можливості для кар'єрного зростання, це сприяє їхній мотивації та підвищує відданість організації.

2. Краще розуміння корпоративної культури. Працівники, які вже працюють у компанії, знайомі з її структурою, цінностями та стандартами. Це суттєво знижує час на адаптацію та допомагає уникнути потенційних конфліктів.

3. Менші витрати. Внутрішні кандидати не потребують великих витрат на рекрутинг або навчання, адже вони вже мають досвід роботи в компанії.

4. Швидкість процесу. Оскільки керівництво вже знайоме з можливостями працівників, процес відбору може бути швидшим і ефективнішим.

Однак внутрішній підбір також має свої *недоліки*:

1. Обмежений вибір. Вибір кандидатів обмежується наявним штатом працівників, що може обмежити можливості для впровадження нових ідей та підходів.

2. Міжособистісні конфлікти. Конкуренція серед співробітників за одну посаду може створювати напругу в колективі та негативно впливати на атмосферу.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

3. Надмірна внутрішня ротація. Підвищення одного працівника може призвести до необхідності закрити інші вакансії, що породжує ланцюгову реакцію відбору на різні позиції.

Зовнішні джерела відбору передбачають залучення нових працівників ззовні компанії, тобто з ринку праці. Цей підхід дозволяє підприємствам розширити свої можливості та знайти спеціалістів з новими навичками та ідеями.

Переваги зовнішніх джерел [27]:

1. Свіжі ідеї та підходи. Залучення нових працівників із зовнішнього ринку може привнести до компанії нові методи роботи, що сприяє інноваціям і підвищенню конкурентоспроможності.

2. Широкий вибір кандидатів. Зовнішній ринок пропонує значно більше варіантів для пошуку, що дозволяє знайти працівника з точнішими вимогами, відповідними навичками та досвідом.

3. Зменшення ризику внутрішніх конфліктів. Залучення нових людей ззовні може знизити напругу серед внутрішнього персоналу та запобігти конфліктам, які можуть виникнути через конкуренцію за підвищення.

4. Не потребує внутрішніх переміщень. Підбір нового співробітника на відкриту посаду не призводить до необхідності займати інші вакантні місця у компанії.

Проте, як і у випадку з внутрішніми джерелами, *зовнішні мають певні недоліки [27]:*

1. Довгий період адаптації. Новому працівнику може знадобитися більше часу для адаптації до корпоративної культури, ознайомлення з бізнес-процесами та інтеграції в колектив.

2. Вищі витрати. Пошук працівників через зовнішні джерела часто вимагає фінансових вкладень у рекламу вакансій, роботу з рекрутинговими агентствами або спеціалізованими платформами.

3. Ризику зниження продуктивності. На початкових етапах новий співробітник може працювати менш продуктивно через необхідність навчання та адаптації.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Кожен з підходів може реалізовуватися через різні методи. Внутрішній підбір здійснюється через внутрішні конкурси, ротацію персоналу або суміщення посад. Зовнішній підбір включає використання оголошень у ЗМІ, співпрацю з рекрутинговими агентствами, пошук через Інтернет або залучення студентів через дні кар'єри.

Внутрішній конкурс дозволяє співробітникам компанії змагатися за вільні вакансії. Це підвищує їхню мотивацію та надає можливість кар'єрного зростання. Ротація дозволяє працівникам підвищувати свою кваліфікацію та розширювати спектр навичок, змінюючи посади в межах компанії. Суміщення посад дає можливість тимчасово виконувати нові обов'язки, що дозволяє отримати досвід без значних витрат.

Зовнішній підбір може відбуватися через рекламні оголошення в пресі, на спеціалізованих платформах або в соціальних мережах. Використання рекрутингових агентств є ефективним, коли потрібно знайти спеціалістів на специфічні посади або в короткі строки. Хедхантинг (переманювання працівників з інших компаній) є ще одним методом залучення досвідчених фахівців.

Вибір між внутрішніми та зовнішніми джерелами залежить від багатьох факторів, зокрема потреб компанії, специфіки вакансії та ресурсів, доступних для підбору персоналу. Наприклад, якщо компанія потребує швидкого закриття вакансії або специфічних навичок, зовнішній ринок може бути найкращим варіантом. Однак, коли компанія бажає підвищити лояльність і мотивацію співробітників, внутрішній конкурс або ротація можуть бути більш доцільними.

Джерела відбору персоналу є важливим елементом стратегії управління людськими ресурсами. Внутрішні джерела пропонують переваги в контексті швидкості, мотивації та зниження витрат, тоді як зовнішні забезпечують доступ до ширшого кола кандидатів і нових ідей. Кожен підхід має свої переваги і недоліки, і вибір оптимального джерела залежить від конкретних обставин і цілей компанії. Гнучкість у виборі джерел відбору дозволяє підприємству знаходити найкращих кандидатів,

які допоможуть досягти стратегічних цілей і забезпечать довгостроковий успіх бізнесу.

11.2. Найм персоналу

Найм персоналу – це один із найважливіших процесів у житті будь-якої компанії, від якого залежить її подальший успіх і ефективність [27]. У сучасному світі бізнесу працівники є головним ресурсом, а тому їх добір повинен бути ретельним і стратегічно обґрунтованим. Найм – це не просто заповнення вакансії, це процес, який впливає на всю корпоративну культуру та загальний розвиток бізнесу.

Від якості підбору кадрів залежить ефективність роботи, внутрішній клімат у колективі та загальний успіх бізнесу. Щоб зробити правильний вибір, компанії використовують різноманітні методи оцінки кандидатів.

Першим етапом у процесі відбору є аналіз документів, які подають кандидати. Це передбачає детальне вивчення резюме, мотиваційних листів, сертифікатів та інших документів, що підтверджують кваліфікацію. Основне завдання цього етапу — відсіяти кандидатів, чий досвід або навички не відповідають вимогам вакансії.

На цьому етапі важливо звернути увагу на релевантний досвід роботи, освіти, досягнення та професійні навички. Аналіз документів дозволяє швидко зменшити кількість претендентів і зосередитися на тих, хто потенційно відповідає вимогам.

Інтерв'ю є одним із найважливіших етапів відбору персоналу, оскільки дозволяє глибше зрозуміти професійні та особисті якості кандидата. Існує кілька видів інтерв'ю, кожен з яких має свої особливості.

Структуроване інтерв'ю – це заздалегідь підготовлене інтерв'ю, де всі кандидати відповідають на однаковий набір запитань. Це дозволяє об'єктивно порівняти претендентів за однаковими критеріями.

Слабоструктуроване інтерв'ю передбачає набір ключових запитань, але дозволяє інтерв'юєру відхилятися від плану, реагуючи на відповіді кандидата.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Неструктуроване інтерв'ю є найгнучкішим форматом, де немає чіткого списку запитань, а бесіда розвивається природно, дозволяючи глибше зануритися в особисті якості кандидата.

Формальне інтерв'ю відбувається у суворо визначених рамках, часто з використанням офіційних процедур і запитань.

Професійне інтерв'ю сфокусоване на оцінці професійних знань і навичок кандидата. Важливими є специфічні запитання, пов'язані з майбутньою роботою.

Особистісне інтерв'ю має на меті вивчення особистісних характеристик претендента, його мотивації, цінностей та поведінки в різних ситуаціях.

Бізнес-інтерв'ю спрямоване на оцінку управлінських навичок і здатності кандидата приймати стратегічні рішення.

Панельне інтерв'ю передбачає присутність кількох інтерв'юерів, які ставлять запитання кандидатам, що дозволяє отримати різні точки зору на претендента.

Групове інтерв'ю проводиться з кількома кандидатами одночасно, щоб оцінити їхню взаємодію в групі, лідерські якості та комунікаційні навички.

Процес інтерв'ю зазвичай складається з кількох *етапів*:

1. Установлення контакту. На початку інтерв'ю важливо створити комфортну атмосферу для кандидата, що допоможе йому почуватися вільніше та більш відкрито.

2. Розповідь про підприємство та вакантну посаду. Рекрутер розповідає про компанію, її культуру, вимоги до позиції та основні обов'язки. Це дає кандидатові краще розуміння того, чого очікувати.

3. Відповіді кандидата на запитання. Кандидату ставлять запитання, щоб оцінити його кваліфікацію, досвід і особисті якості.

4. Запитання кандидата. Кандидат має можливість поставити свої запитання про компанію або вакансію, що дозволяє краще оцінити його зацікавленість та підготовленість.

5. Завершення інтерв'ю. Під час завершення інтерв'ю рекрутер дякує кандидатові за участь і повідомляє про наступні кроки у процесі відбору.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Психологічні тести – це додатковий інструмент, який допомагає оцінити індивідуальні характеристики кандидата, його мислення, емоційну стабільність та інші риси, що можуть вплинути на результати роботи.

Крім того, для оцінки колективної взаємодії можуть використовуватися групові методи, коли кандидати виконують спільні завдання. Це дає можливість оцінити їхню здатність до співпраці, лідерські якості та поведінку в командних ситуаціях.

Тестування – це один із методів оцінки, що допомагає отримати об'єктивну інформацію про професійні здібності кандидата. Основна мета тестування – з'ясувати, як індивідуальні характеристики людини можуть вплинути на її успіх на роботі.

Тестування може бути професійним (для оцінки спеціалізованих навичок), когнітивним (оцінка розумових здібностей) або психологічним (оцінка особистих рис і поведінки). Наприклад, у технічних професіях часто використовуються тести на знання програмування або вирішення складних задач.

Існують також нетрадиційні методи оцінки кандидатів, які використовуються для отримання додаткової інформації про особисті характеристики претендентів. До них належать:

- *Графологічна експертиза*. Аналіз почерку кандидата, що нібито дозволяє дізнатися про його особистісні риси та психологічні особливості.

- *Випробування на поліграфі*. Тестування на детекторі брехні, що використовується для перевірки правдивості відповідей, особливо у випадках, коли робота пов'язана з високим рівнем відповідальності.

- *Фізіогномічний аналіз*. Оцінка особистісних рис на основі зовнішності людини, зокрема виразу обличчя або міміки.

Після проходження всіх етапів відбору настає момент прийняття рішення щодо найму. Цей етап включає обробку та аналіз інформації, отриманої під час інтерв'ю, тестування та інших етапів.

1. Обробка інформації. Першим кроком є аналіз усіх даних про кандидатів, які зібрані на попередніх етапах.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

2. Зіставлення оцінок. Оцінки, одержані різними кандидатами, порівнюються між собою, що дозволяє визначити найкращих претендентів.

3. Порівняння оцінок фахівців. Часто в процесі відбору беруть участь кілька осіб, і їхні думки можуть відрізнятись. Тому важливо зважити оцінки всіх учасників відбору.

4. Ухвалення рішення. На основі отриманих даних ухвалюється остаточне рішення щодо прийняття на роботу кандидата, який найкраще відповідає вимогам посади.

5. Інформування кандидатів. Обраного кандидата інформують про пропозицію роботи, а інших учасників – про результати відбору.

Процедура найму персоналу є складним і багатоступеневим процесом, який вимагає ретельної оцінки кандидатів на кожному етапі. Аналіз документів, проведення інтерв'ю, тестування та використання нетрадиційних методів оцінювання дозволяють зробити обґрунтований вибір і знайти найкращих кандидатів для роботи в компанії. Ефективний підхід до кожного з цих етапів забезпечує високий рівень якості найму, що сприяє успіху бізнесу.

! ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

- 1. Що таке професійний добір персоналу?*
- 2. Перерахуйте етапи професійного добору персоналу.*
- 3. Які переваги внутрішніх та зовнішніх джерел добору персоналу?*
- 4. Назвіть недоліки внутрішніх та зовнішніх джерел добору персоналу?*
- 5. Оцініть пошук персоналу власними зусиллями.*
- 6. Оцініть ефективність пошуку персоналу за допомогою рекрутингових агенцій.*
- 7. Які існують методи оцінювання кандидатів на вакантні посади?*
- 8. Які бувають види інтерв'ю?*
- 9. Яка головна мета тестування?*
- 10. Опишіть процедуру ухвалення рішення про заповнення вакансії.*

ТЕМА 12. ДОГОВІРНІ ВІДНОСИНИ У БІЗНЕСІ

12.1. Загальні положення про договори у бізнесі

12.2. Види договорів та їх характеристика

12.3. Способи забезпечення виконання договорів

12.4. Відповідальність за порушення договірних зобов'язань

Ключові слова:

- | | |
|-------------------------|--------------------|
| ➤ Види договорів | ➤ Збитки |
| ➤ Господарський договір | ➤ Неустойка |
| ➤ Договір | ➤ Пеня |
| ➤ Елементи договору | ➤ Предмет договору |
| ➤ Завдаток | ➤ Притримання |
| ➤ Застава | ➤ Штрафні санкції |

12.1. Загальні положення про договори у бізнесі

Договір є одним із найважливіших інструментів правового регулювання відносин у бізнесі. У бізнесі договори виконують критичну роль, оскільки вони визначають правила та умови співпраці між сторонами, регулюють фінансові та майнові відносини, а також забезпечують правову захищеність учасників угоди [29].

В законодавстві не має чіткого визначення поняття господарського договору. Стаття 173 ГКУ лише дає загальне визначення господарського зобов'язання – ним визнається зобов'язання, що виникає між суб'єктом господарювання та іншим учасником (учасниками) відносин у сфері господарювання з підстав, передбачених ГКУ, в силу якого один суб'єкт (зобов'язана сторона, у тому числі боржник) зобов'язаний вчинити певну дію господарського чи управлінсько-господарського характеру на користь іншого суб'єкта (виконати роботу, передати майно, сплатити гроші, надати інформацію тощо), або утриматися від певних дій, а інший суб'єкт (управнена сторона, у тому числі кредитор) має право вимагати від зобов'язаної сторони виконання її обов'язку. Також у ст. 179 ГКУ

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

міститься визначення господарсько-договірних зобов'язань як майново-господарських зобов'язань, що виникають між суб'єктами господарювання або між суб'єктами господарювання і не господарюючими суб'єктами – юридичними особами на підставі господарських договорів.

Договір – це домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків.

Договір – це не лише формальний документ, а й важливий правовий механізм, що допомагає захистити інтереси всіх учасників угоди. У бізнес-середовищі договори регулюють відносини між компаніями, їхніми партнерами, постачальниками, клієнтами та іншими суб'єктами ринку. Договірна база є основою для проведення комерційних операцій та забезпечує стабільність і передбачуваність у ділових відносинах [29].

Договір дозволяє чітко визначити права та обов'язки кожної сторони, уникнути можливих суперечок і конфліктів. Крім того, договір є важливим засобом забезпечення виконання зобов'язань – у разі його порушення, сторони можуть звернутися до суду для захисту своїх прав.

Договір є одностороннім, якщо одна сторона бере на себе обов'язок перед другою стороною вчинити певні дії або утриматися від них, а друга сторона наділяється лише правом вимоги, без виникнення зустрічного обов'язку щодо першої сторони.

Договір є двостороннім, якщо правами та обов'язками наділені обидві сторони договору.

Господарський договір – це «...договір укладений між суб'єктами господарської (в тому числі підприємницької) діяльності або між одним чи декількома такими особами і не господарюючою юридичною особою з приводу чи у зв'язку зі здійсненням ними господарської (зокрема підприємницької) діяльності [3]».

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Кожен договір має свої обов'язкові елементи, без яких він не може вважатися дійсним. До них належать [29]:

- *Сторони договору.* Учасниками угоди можуть бути як фізичні, так і юридичні особи. Важливо, щоб сторони договору були правоспроможними, тобто мали право укласти угоди та брати на себе зобов'язання.

- *Предмет договору.* Це конкретне благо (товар, послуга або інше), щодо якого укладається угода. Предмет договору повинен бути чітко визначений, щоб уникнути неоднозначного тлумачення.

- *Зобов'язання сторін.* Це умови, які кожна зі сторін повинна виконати згідно з договором. Зобов'язання можуть стосуватися постачання товарів, надання послуг, оплати або інших аспектів співпраці.

- *Ціна договору.* Ціна визначає вартість товарів або послуг, що є предметом договору. Важливо, щоб ціна була чітко вказана в угоді, щоб уникнути можливих непорозумінь.

- *Строки виконання.* У договорі також мають бути зазначені строки, протягом яких сторони повинні виконати свої зобов'язання. Це може бути термін постачання товарів, надання послуг або оплати.

12.2. Види договорів та їх характеристика

У практиці підприємницької діяльності застосовуються різні види договорів [29]:

- *Договір купівлі-продажу* – це «...договір, за яким одна сторона (продавець) передає або зобов'язується передати майно (товар) у власність другій стороні (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно (товар) і сплатити за нього певну грошову суму [29]».

- *Договір постачання* – це «...договір, за яким одна сторона – постачальник зобов'язується передати (поставити) в обумовлені строки (строк) другій стороні – покупцеві товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму [29]».

- *Договір енергопостачання* – це «...договір, за яким енергопостачальне підприємство (енергопостачальник)

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

відпускає електричну енергію, пару, гарячу і перегріту воду споживачеві (абоненту), який зобов'язаний оплатити прийняту енергію та дотримуватися передбаченого договором режиму її використання, а також забезпечити безпечну експлуатацію енергетичного обладнання, що ним використовується [29]».

- *Договір дарування* – це «...договір, за яким одна сторона (дарувальник) передає або зобов'язується передати в майбутньому другій стороні безоплатно майно (дарунок) у власність [29]».

- *Договір найму (оренди)* – це «...договір, за яким одна сторона (наймодавець) передає наймачеві майно у користування за плату на певний строк [29]».

- *Договір підряду* – це «...договір, за яким одна сторона (підрядник) зобов'язується на свій ризик виконати певну роботу за завданням другої сторони (замовника), а замовник зобов'язується прийняти та оплатити виконану роботу [29]».

- *Договір про надання послуг* – це «...договір, за яким одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається в процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності, а замовник зобов'язується оплатити виконавцеві зазначену послугу, якщо інше не встановлено договором [29]».

- *Договір страхування* – це «...письмова угода між страхувальником і страховиком, згідно з якою страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальнику або іншій особі, визначеній у договорі страхування страхувальником, на користь якої укладено договір страхування (надати допомогу, виконати послугу тощо), а страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору [29]».

- *Договір комісії* – це «...договір, за яким одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням другої сторони (комітента) за плату вчинити одну або кілька угод від свого імені, але за рахунок комітента (термін комісії 1–2 місяці) (товари споживання) [29]».

- *Договір консигнації* – це «...договір, за яким одна сторона (консигнатор) зобов'язується за дорученням другої сторони

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

(консигната) протягом визначеного часу (терміну дії угоди консигнації) за обумовлену винагороду продати з консигнаційного складу від свого імені товари (технологічне устаткування, транспортні засоби, будівельні матеріали), які належать консигнату (термін консигнації – 1–1,5 роки) [29]».

• *Кредитний договір* – це «...договір, за яким банк або інша фінансова установа (кредитодавець) зобов'язується надати грошові кошти (кредит) позичальникові у розмірі та на умовах, встановлених договором, а позичальник зобов'язується повернути кредит та сплатити відсотки [29]».

• *Договір банківського вкладу* – це «...договір, за яким одна сторона (банк), що прийняла від другої сторони (вкладника) або для неї грошову суму (вклад), що надійшла, зобов'язується виплачувати вкладникові таку суму та відсотки на неї або дохід в іншій формі на умовах та в порядку, встановлених договором [29]».

• *Договір банківського рахунка* – це «...договір, за яким банк зобов'язується приймати і зараховувати на рахунок, відкритий клієнтові (власнику рахунка), грошові кошти, що йому надходять, виконувати розпорядження клієнта про перерахування і видачу відповідних сум з рахунка та проведення інших операцій за рахунком [29]».

12.3. Способи забезпечення виконання договорів

До заходів забезпечення виконання договорів відносять:

- неустойку (штраф, пеню),
- поруку,
- гарантію,
- завдаток,
- заставу,
- притримання.

Неустойка – це грошова сума або інше майно, які боржник повинен передати кредитору у разі порушення боржником зобов'язання.

Неустойка виступає у формах штрафу і пені.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Штрафом є неустойка, що обчислюється у відсотках від суми невиконаного або неналежно виконаного зобов'язання. Маючи стимулюючу функцію, штраф застосовується як при простроченні виконання зобов'язання, так і з інших підстав: невідповідність якості, кількості, стандартам та іншим умовам договору. Розмір штрафу встановлюється у вигляді відсотка або в обумовленій сторонами сумі.

Пенею є неустойка, що обчислюється у відсотках від суми несвоєчасного виконаного грошового зобов'язання за кожен день прострочення виконання. Неустойка у вигляді пені характеризується «нарощуванням» свого розміру, оскільки вона стягується за кожний наступний проміжок часу при невиконанні зобов'язання, що триває.

За договором *поруки* поручитель поручається перед кредитором боржника за виконання ним свого обов'язку. Іншими словами, поручитель відповідає перед кредитором за порушення зобов'язання боржником, причому як частково, так і у повному обсязі.

За *гарантією* банк, інша фінансова установа, страхова організація (гарант) гарантує перед кредитором (бенефіціаром) виконання боржником (принципалом) свого обов'язку. Відповідно, гарант відповідає перед кредитором за порушення зобов'язання боржником.

Завдатком є грошова сума або рухоме майно, що видається кредиторіві боржником у рахунок належних з нього за договором платежів, на підтвердження зобов'язання і на забезпечення його виконання.

В силу застави кредитор (заставодержатель) має право у разі невиконання боржником (заставодавцем) зобов'язання, забезпеченого заставою, одержати задоволення за рахунок заставленого майна переважно перед іншими кредиторами цього боржника, якщо інше не встановлено законом (право застави).

12.4. Відповідальність за порушення договірних зобов'язань

Згідно зі ст. 216 ГКУ учасники господарських відносин несуть господарсько-правову відповідальність за

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

правопорушення у сфері господарювання шляхом застосування до правопорушників господарських санкцій на підставах і в порядку, передбачених законодавством та договором.

Господарсько-правова відповідальність базується на принципах, згідно з якими [3]:

- потерпіла сторона має право на відшкодування збитків незалежно від того, чи є застереження про це в договорі; передбачена законом відповідальність виробника (продавця) за недоброякісність продукції застосовується також незалежно від того, чи є застереження про це в договорі;

- сплата штрафних санкцій за порушення зобов'язання, а також відшкодування збитків не звільняють правопорушника без згоди другої сторони від виконання прийнятих зобов'язань у натурі;

- у господарському договорі неприпустимі застереження щодо виключення або обмеження відповідальності виробника (продавця) продукції.

У сфері господарювання за ініціативою учасників господарських відносин застосовуються такі види господарських санкцій:

- відшкодування збитків;
- штрафні санкції;
- оперативно-господарські санкції.

Збитки – це «...витрати, зроблені управненою стороною, втрата або пошкодження її майна, а також не одержані нею доходи, які управнена сторона одержала б у разі належного виконання зобов'язання або додержання правил здійснення господарської діяльності другою стороною [3]».

До складу збитків, що підлягають відшкодуванню особою, яка допустила господарське правопорушення, «...включаються:

- вартість втраченого, пошкодженого або знищеного майна, визначена відповідно до вимог законодавства;
- додаткові витрати (штрафні санкції, сплачені іншим суб'єктам, вартість додаткових робіт, додатково витрачених

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

матеріалів тощо), понесені стороною, яка зазнала збитків внаслідок порушення зобов'язання другою стороною;

- неодержаний прибуток (втрачена вигода), на який сторона, яка зазнала збитків, мала право розраховувати у разі належного виконання зобов'язання другою стороною;

- матеріальна компенсація моральної шкоди у випадках, передбачених законом» [3].

Штрафні санкції – це «...господарські санкції у вигляді неустойки, яку учасник господарських відносин зобов'язаний сплатити у разі порушення ним правил здійснення господарської діяльності, невиконання або неналежного виконання господарського зобов'язання [3]».

Оперативно-господарські санкції – це заходи оперативного впливу на правопорушника з метою припинення або попередження повторення порушень зобов'язання, що використовуються самими сторонами зобов'язання в односторонньому порядку.

У підприємницьких договорах сторони можуть передбачати використання таких видів оперативно-господарських санкцій:

- одностороння відмова від виконання свого зобов'язання управненою стороною, із звільненням її від відповідальності за це – у разі порушення зобов'язання другою стороною;

- відмова від оплати за зобов'язанням, яке виконано неналежним чином або достроково виконано боржником без згоди другої сторони;

- відстрочення відвантаження продукції чи виконання робіт внаслідок прострочення виставлення акредитива платником, припинення видачі банківських позичок тощо.

!

ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке господарський договір та які його основні види?
2. Проаналізуйте способи забезпечення виконання договорів.
3. В яких формах виступає неустойка?

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

4. В чому полягає відмінність штрафу від пені?
5. Перерахуйте принципи, на яких базується господарсько-правова відповідальність.
6. Які види господарських санкцій застосовуються у сфері господарювання?
7. Що таке збитки?
8. Що входить до складу збитків?
9. Які існують види оперативно-господарських санкцій?
10. Що таке штрафні санкції?

ТЕМА 13. ПРИПИНЕННЯ БІЗНЕСУ

13.1. Загальні підстави припинення бізнесу

13.2. Процедура припинення ФОП

13.3. Процедура припинення юридичних осіб

Ключові слова:

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| ➤ Злиття | ➤ Поділ |
| ➤ Виділення | ➤ Припинення бізнесу |
| ➤ Ліквідація бізнесу | ➤ Реорганізація бізнесу |
| ➤ Перетворення | |

13.1. Загальні підстави припинення бізнесу

Основні нормативно-правові документи, які регулюють порядок та умови припинення діяльності ФОП та юридичних осіб

- ЗУ «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань»

- Господарський кодекс України

- Цивільний кодекс України

- Податковий кодекс України

- ЗУ «Про акціонерні товариства»

- ЗУ «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю».

Припинення діяльності суб'єкта підприємництва – це настання таких юридичних умов, за яких юридичні особи та фізичні особи – підприємці позбавляються можливості здійснювати господарську діяльність та втрачають статус суб'єкта підприємництва.

Підстави та шляхи припинення діяльності суб'єктів підприємництва залежить від їх юридичного статусу. ФОП припиняє свою діяльність у результаті ліквідації. Юридична особа припиняється в результаті:

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- передачі всього свого майна, прав та обов'язків іншим юридичним особам – правонаступникам (реорганізація)

- ліквідації.

Різниця між ліквідацією та реорганізацією: в першому випадку має місце остаточне припинення будь-якої діяльності суб'єкта підприємництва, у другому – припинення функціонування в конкретній організаційно-правовій формі із заміною на нову. Припинення діяльності шляхом ліквідації може бути добровільним або примусовим.

Припинення юридичної особи в добровільному порядку здійснюється за [28]:

- рішенням власника або уповноваженого ним органу, рішенням інших осіб – засновників суб'єкта господарювання чи їх правонаступників без наведення мотивів прийняття відповідного рішення за власною заявою;

- досягнення юридичною особою цілей та мети, закріплених в установчих документах та заради якої її було створено;

- закінчення певного строку, на який була розрахована діяльність юридичної особи.

Припинення юридичної особи в примусовому порядку здійснюється за рішенням суду у випадках [28]:

- визнання недійсним запису про проведення державної реєстрації через порушення закону, допущені при створенні юридичної особи, які не можна усунути;

- провадження діяльності, що суперечить установчим документам, або такої, що заборонена законом;

- невідповідності мінімального розміру статутного фонду юридичної особи вимогам закону;

- наявності в Єдиному державному реєстрі запису про відсутність юридичної особи за вказаним її місцезнаходженням;

- визнання недійсними або такими, що суперечать законодавству, установчих документів;

- визнання суб'єкта підприємницької діяльності банкрутом (у випадках, передбачених чинним законодавством) та ін.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Щодо фізичних осіб – підприємців припинення підприємницької діяльності здійснюється у випадку [28]:

- прийняття фізичною особою-підприємцем рішення про припинення підприємницької діяльності;
- смерті фізичної особи, яка була зареєстрована як підприємець;
- постановою судового рішення про оголошення фізичної особи померлою або визнання безвісно відсутньою;
- постановою судового рішення про визнання ФОП недієздатною або про обмеження її цивільної дієздатності;
- постановою судового рішення про припинення підприємницької діяльності ФОП з наступних підстав:
 - визнання фізичної особи-підприємця банкрутом;
 - провадження фізичною особою підприємницької діяльності, що заборонена законом та ін.

13.2. Процедура припинення ФОП

Етапи припинення ФОП [28]:

1. Подача державному реєстратору заяви про припинення.
2. Подача ліквідаційної звітності до контролюючих органів за місцем реєстрації (ФОП на загальній системі – протягом 30 календарних днів з дати припинення. ФОП на спрощеній системі – 40 календарних днів, що настають за останнім календарним днем звітного кварталу).
3. Подача звіту з ЄСВ (протягом 30 календарних днів з дати припинення).
4. Сплата єдиного податку та ЄСВ за повний місяць, в якому подано заяву державному реєстратору та провести остаточні розрахунки.
5. Отримання виписки про рух коштів на рахунках за останні 3 роки та зняття з обліку в контролюючих органах (контролюючі органи проводять перевірки платників щодо правильності нарахування податків і зборів).

Датою припинення діяльності ФОП вважається дата державної реєстрації припинення підприємницької діяльності в Єдиному державному реєстрі.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Припинення ФОП онлайн:

Крок 1. Необхідність електронного підпису (кваліфікований електронний підпис).

Крок 2. Зареєструватися чи авторизуватися (якщо вже зареєстровані) у кабінеті громадянина на diia.gov.ua за допомогою електронного підпису.

Крок 3. Заповнити онлайн-форму на отримання послуги. Вся важлива інформація вже зберігається в системі – Ви маєте лише перевірити, чи вона вірна, та підписати заяву за допомогою вашого електронного підпису.

Крок 4. Підписану заяву буде автоматично надіслано до реєстратора, інформацію про закриття також надіслано до податкової служби.

Крок 5. Статус заяви можна перевірити у кабінеті громадянина. Повідомлення про закриття ФОП з'явиться у кабінеті та буде відправлено електронною поштою.

13.3. Процедура припинення юридичних осіб

Припинення бізнесу в Україні шляхом ліквідації: юридичні аспекти та наслідки

Ліквідація підприємства – це складний і відповідальний процес, що передбачає завершення діяльності юридичної особи та припинення її існування. В Україні процедура ліквідації регламентується Цивільним кодексом та іншими нормативно-правовими актами. Даний процес має ряд особливостей та вимагає дотримання чітко визначеної послідовності дій.

Існує декілька підстав для ліквідації підприємства:

- Рішення власників: Найпоширеніша підстава, коли власники (учасники, акціонери) приймають свідоме рішення про припинення діяльності підприємства.

- Судове рішення: Ліквідацію можуть ініціювати кредитори або інші зацікавлені особи за наявності підстав, передбачених законом (наприклад, систематичне порушення підприємством законодавства).

- Ліквідація за рішенням державного органу: У деяких випадках ліквідацію може ініціювати державний орган,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

наприклад, у разі виявлення грубих порушень законодавства або загрози для національної безпеки.

Припинення юридичних осіб шляхом ліквідації відбувається шляхом відповідного внесення запису в ЄДР. Для цього потрібно подати до органу державної реєстрації пакет документів, що включає:

- оригінал або нотаріально засвідчена копія рішення учасників юридичної особи про припинення юридичної особи;
- оригінал або нотаріально засвідчена копія документа, яким затверджено персональний склад комісії з припинення або ліквідатора,
- реєстраційні номери облікових карток платників податків (або відомості про серію та номер паспорта оригінал або нотаріально засвідчена копія рішення учасників юридичної особи про припинення),
- інформацію про строк заявлення кредитором своїх вимог, (у разі відсутності зазначених відомостей у рішенні учасників юридичної особи).

З дати внесення до Єдиного державного реєстру запису про рішення засновників юридичної особи, ліквідації юридичної особи, ліквідаційна комісія (ліквідатор) зобов'язана вжити всіх необхідних заходів щодо стягнення дебіторської заборгованості юридичної особи, що ліквідується, та письмово повідомити кожного з боржників про припинення юридичної особи.

Під час проведення заходів щодо ліквідації юридичної особи до завершення строку пред'явлення вимог кредиторів, ліквідаційна комісія (ліквідатор):

- закриває рахунки, відкриті у фінансових установах, крім рахунка, який використовується для розрахунків з кредиторами під час ліквідації юридичної особи;
- проводить інвентаризацію майна юридичної особи, що припиняється, а також майна її філій та представництв і т.д., а також майна, що підтверджує її корпоративні права в інших юридичних особах, виявляє та вживає заходів щодо повернення майна, яке перебуває у третіх осіб;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- закриває відокремлені підрозділи юридичної особи (філії, представництва) та відповідно до законодавства про працю здійснює звільнення.

До затвердження ліквідаційного балансу ліквідаційна комісія (ліквідатор) складає та подає податковим органам, Пенсійного фонду України та фондів соціального страхування звітність за останній звітний період.

Після закінчення строку для пред'явлення вимог кредиторами складає проміжний ліквідаційний баланс, що включає

- відомості про склад майна юридичної особи, що ліквідується,

- перелік пред'явлених кредиторами вимог та результат їх розгляду.

Виплата грошових сум кредиторам юридичної особи, що ліквідується, здійснюється у такій черговості:

- 1) задовольняються вимоги щодо відшкодування шкоди, завданої каліцтвом, іншим ушкодженням здоров'я або смертю, та вимоги кредиторів,

- 2) вимоги, забезпечені заставою;

- 3) задовольняються вимоги працівників, пов'язані з трудовими відносинами, вимоги автора про плату за використання результату його інтелектуальної, творчої діяльності;

- 3) задовольняються вимоги щодо податків, зборів (обов'язкових платежів);

- 4) задовольняються всі інші вимоги.

У разі недостатності в юридичної особи, що ліквідується, коштів для задоволення вимог кредиторів ліквідаційна комісія (ліквідатор) організовує реалізацію майна юридичної особи.

Документи для державної реєстрації припинення бізнесу:

- заява про державну реєстрацію припинення юридичної особи в результаті її ліквідації;

- довідка архівної установи про прийняття документів, що відповідно до закону підлягають довгостроковому зберіганню.

Термін розгляду становить 24 год.

Припинення юридичних осіб також може відбуватися

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

шляхом реорганізації.

В процесі реорганізації здійснюється передача або прийом майна підприємства, коштів, прав та обов'язків.

Реорганізація – «...процедура, що передбачає повну або часткову заміну власників корпоративних прав, зміну організаційно-правової форми ведення бізнесу, ліквідацію окремих підрозділів і закриття підприємства [3]».

Рішення про реорганізацію приймається учасниками (акціонерами) юридичної особи або органом, уповноваженим на це установчими документами. Найчастіші причини для реорганізації:

- Оптимізація бізнесу: Злиття або приєднання можуть проводитися для зменшення витрат, підвищення ефективності управління або розширення ринків збуту.

- Спадковість: Приєднання або виділення можуть бути пов'язані з передачею бізнесу у спадок.

- Зміна структури власності: Реорганізація може бути необхідна для зміни розподілу власності в компанії.

- Виконання вимог законодавства: У деяких випадках реорганізація може бути викликана змінами в законодавстві.

Формами реорганізації є злиття, приєднання, поділ, виділення, перетворення суб'єкта підприємництва (табл. 13.1).

У разі злиття суб'єктів господарювання усі майнові права та обов'язки кожного з них переходять до суб'єкта господарювання, що утворений внаслідок злиття. Злиття вважається завершеним з моменту державної реєстрації новоутвореної юридичної особи та державної реєстрації припинення юридичних осіб, що припиняються у разі злиття.

Приєднання**Помилка! Закладку не визначено.** характеризується тим, що одне підприємство приєднується до іншого із втратою юридичної самостійності і стає частиною іншого підприємства, до якого переходять права та обов'язки реорганізованої юридичної особи. Тобто основною відмінністю від злиття є те, що всі майнові права й обов'язки стають правами й обов'язками не нового суб'єкта господарювання, а того, який раніше вже існував і продовжує функціонувати в колишній

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

організаційно-правовій формі як правонаступник суб'єктів, утворених внаслідок приєднання.

Таблиця 13.1

Форми реорганізації юридичних осіб

Форма	Сутність	Результат
Злиття	Майнові права та обов'язки кожного суб'єкта підприємництва переходять до суб'єкта підприємництва, що утворений внаслідок злиття	Державна реєстрація новоутвореної юридичної особи та державна реєстрація припинення юридичних осіб
Приєднання	Одне підприємство приєднується до іншого із втратою юридичної самостійності і стає частиною іншого підприємства, до якого переходять права та обов'язки реорганізованої юридичної особи	Державна реєстрація змін юридичної особи та державна реєстрація припинення юридичних осіб
Поділ	Майнові права і обов'язки за роздільним актом у відповідних частках до кожного з нових суб'єктів господарювання, що утворені внаслідок цього поділу	Державна реєстрація новоутворених юридичних осіб та державної реєстрації припинення юридичної особи
Виділення	Створення нової юридичної особи в результаті виокремлення зі складу діючого підприємства, частина активів та пасивів передається новій юридичній особі	Державна реєстрація новоутвореної юридичної особи та державна реєстрація змін до відомостей про юридичну особу
Перетворення	До новоутвореного суб'єкта підприємництва переходять усі майнові права і обов'язки попередньої юридичної особи	Державна реєстрація новоутвореної юридичної особи та державна реєстрація припинення в результаті перетворення

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

У разі поділу **Помилка! Закладку не визначено.** суб'єкта господарювання усі його майнові права і обов'язки за роздільним актом у відповідних частках до кожного з нових суб'єктів господарювання, що утворені внаслідок цього поділу. Поділ вважається завершеним з моменту державної реєстрації новоутворених юридичних осіб та державної реєстрації припинення юридичної особи, що припиняється у результаті поділу.

У разі виділення **Помилка! Закладку не визначено.** одного або кількох нових суб'єктів господарювання до кожного з них переходять за роздільним актом у відповідних частках майнові права і обов'язки реорганізованого суб'єкта.

У разі перетворення **Помилка! Закладку не визначено.** одного суб'єкта господарювання в інший і до новоутвореного суб'єкта господарювання переходять усі майнові права і обов'язки попереднього суб'єкта господарювання. Перетворення вважається завершеним з моменту державної реєстрації новоутвореної юридичної особи та державної реєстрації припинення юридичної особи, що припиняється у результаті перетворення.

Етапи реорганізації юридичних осіб:

1. Ухвалення рішення про проведення реорганізації та створення комісії по її проведенню.
2. Збір інформації про успадкування майна, прав та обов'язків. При перетворенні, злитті, приєднанні – складається акт передачі; поділ, виділення – розподільчий баланс
3. Призначення і проведення перевірок документів (оподаткування)
4. Державна реєстрація реорганізації (2 етапи).

! ПИТАННЯ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Що таке припинення діяльності суб'єктів підприємства?
2. В чому полягає різниця між ліквідацією та реорганізацією?
3. На яких підставах здійснюється припинення юридичної особи в добровільному порядку?

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

4. На яких підставах здійснюється припинення юридичної особи в примусовому порядку?
5. Опишіть процедура припинення ФОП?
6. Якими способами можна припинити діяльність ФОП?
7. В якій черговості здійснюється виплата грошових сум кредиторам юридичної особи, що ліквідується?
8. Які документи необхідно подати для державної реєстрації припинення бізнесу?
9. Назвіть причини реорганізації юридичних осіб?
10. Які існують форми реорганізації юридичних осіб?

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

ТЕСТИ ДЛЯ САМОКОНТРОЛЮ

1. Стратегія бізнесу – це
 - а) максимізація вигоди в процесі здійснення угод;
 - б) реалізація стратегічних завдань у відносинах із конкретним партнером виходячи з конкретних умов, строків, предмета угоди;
 - в) економічна влада суб'єкта над об'єктом ринку;
 - г) обмін діяльності між суб'єктами економіки;
 - д) реалізація бізнес-ідеї.
2. Тактика бізнесу – це
 - а) максимізація вигоди в процесі здійснення угод;
 - б) реалізація стратегічних завдань у відносинах із конкретним партнером виходячи з конкретних умов, строків, предмета угоди;
 - в) економічна влада суб'єкта над об'єктом ринку;
 - г) обмін діяльності між суб'єктами економіки;
 - д) реалізація бізнес-ідеї.
3. Тактика бізнесу включає
 - а) порядок, прийоми і методи реалізації стратегії бізнесу;
 - б) реалізацію стратегічних завдань у відносинах із конкретним партнером виходячи з конкретних умов, строків, предмета угоди;
 - в) економічна влада суб'єкта над об'єктом ринку;
 - г) обмін діяльності між суб'єктами економіки;
 - д) реалізацію бізнес-ідеї.
4. Поняття яке охоплює відносини, що виникають між усіма учасниками ринкової економіки і включає дії підприємців, споживачів, найманих робітників, державні структури – це
 - а) ризик;
 - б) підприємництво;
 - в) бізнес;
 - г) підприємницька діяльність;
 - д) господарська діяльність.
5. Метою якого виду бізнесу є отримання прибутку (доходу)
 - а) підприємницький;
 - б) споживчий;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- в) державний;
- г) трудовий;
- д) муніципальний.

6. Основою якого бізнесу виступає приватна власність на засоби виробництва

- а) підприємницький;
- б) споживчий;
- в) державний;
- г) трудовий;
- д) муніципальний.

7. Суб'єктами якого бізнесу виступають громадяни, які працюють за наймом

- а) підприємницький;
- б) споживчий;
- в) державний;
- г) трудовий;
- д) муніципальний.

8. Метою якого виду бізнесу є користь для держави та відповідно для її громадян

- а) підприємницький;
- б) споживчий;
- в) державний;
- г) трудовий;
- д) муніципальний.

9. Основою якого бізнесу виступає приватна власність на робочу силу

- а) підприємницький;
- б) споживчий;
- в) державний;
- г) трудовий;
- д) муніципальний.

10. Згідно із ч. 1 ст. 42 Господарського кодексу України, підприємництво – це

а) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

б) ініціативна діяльність суб'єктів різних форм власності в межах діючого законодавства, що здійснюється під власну фінансову і майнову відповідальність;

в) самостійне організаційно–господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових товарів або старих новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту з метою отримання прибутків та самореалізації власної мети;

г) праця індивіда, заснована на розвитку основних чинників, розширенні знань про власні можливості, спрямована на досягнення найкращого результату в господарській діяльності, на отримання економічної вигоди;

д) самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями).

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

- а) фірма;
- б) підприємство;
- в) підприємницька діяльність;
- г) підприємництво;
- д) бізнес.

12. Елемент бізнесу, що характеризується самостійною діяльністю по виробництву продукції (робіт, послуг), що здійснюються на власний ризик, з метою отримання певних вигод – це

- а) підприємницький;
- б) споживчий;
- в) державний;
- г) трудовий;
- д) муніципальний.

13. Яка умова розвитку підприємництва дає можливість приймати участь у товарних та фондових біржах, користуватися послугами банків, оптових підприємств

- а) стимулювання бізнесу;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- б) формування ринкової інфраструктури;
- в) конкурентний режим господарювання;
- г) створення законодавчої і нормативної бази;
- д) державна підтримка бізнесу.

14. Яка умова розвитку підприємництва надає гарантії збереження власності суб'єктів господарювання; створить рівні права для усіх учасників підприємницької діяльності

- а) стимулювання бізнесу;
- б) формування ринкової інфраструктури;
- в) конкурентний режим господарювання;
- г) створення законодавчої і нормативної бази;
- д) державна підтримка бізнесу.

15. Не допускаються до заняття підприємництвом

- а) фізичні особи;
- б) юридичні особи;
- в) військовослужбовці;
- г) суб'єкти ринку;
- д) безробітні.

16. Засновницьким документом публічного акціонерного товариства є

- а) установчий договір між учасниками;
- б) статут;
- в) положення про створення;
- г) наказ про створення;
- д) розпорядження про створення.

17. Засновницьким документом приватного акціонерного товариства є

- а) установчий договір між учасниками;
- б) статут;
- в) положення про створення;
- г) наказ про створення;
- д) розпорядження про створення.

18. Засновницьким документом командитного товариства є

- а) установчий договір між учасниками;
- б) статут;
- в) положення про створення;
- г) наказ про створення;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

д) розпорядження про створення.

19. Засновницьким документом повного товариства є

а) установчий договір між учасниками;

б) статут;

в) положення про створення;

г) наказ про створення;

д) розпорядження про створення.

20. Засновницьким документом товариства з обмеженою відповідальністю є

а) установчий договір між учасниками;

б) статут;

в) положення про створення;

г) наказ про створення;

д) розпорядження про створення.

21. Засновницьким документом командитного товариства є

а) установчий договір між учасниками;

б) статут;

в) положення про створення;

г) наказ про створення;

д) розпорядження про створення.

22. Статутний фонд – це

а) частина чистого прибутку;

б) частина резервного фонду;

в) внески засновників (учасників) у грошовій, матеріальній та нематеріальній формах;

г) відрахування на соціальні заходи;

д) частина чистого доходу.

23. Державна реєстрація фізичних осіб-підприємців проводиться

а) державним реєстратором або нотаріусом;

б) виконавчим комітетом державної адміністрації за місцем проживання;

в) органом державної реєстрації;

г) працівником служби зайнятості;

д) працівником прокуратури.

24. Термін державної реєстрації суб'єктів підприємництва становить

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- а) 24 години з моменту подання документів;
- б) 3 робочі дні з моменту подання документів;
- в) 2 робочі дні з моменту подання документів;
- г) 4 робочі дні з моменту подання документів;
- д) 5 робочих днів з моменту подання документів.

25. Реєстраційний збір за проведення державної реєстрації юридичних осіб – суб'єктів підприємництва

- а) не справляється;
- б) становить одну мінімальну заробітну плату;
- в) становить 2 неоподаткованих мінімуми доходів громадян;
- г) становить 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян;
- д) становить 3 неоподаткованих мінімуми доходів громадян.

26. Реєстраційний збір за проведення державної реєстрації фізичних осіб – підприємців

- а) не справляється;
- б) становить одну мінімальну заробітну плату;
- в) становить 2 неоподаткованих мінімуми доходів громадян;
- г) становить 10 неоподаткованих мінімумів доходів громадян;
- д) становить 3 неоподаткованих мінімуми доходів громадян.

27. Підприємство вважається створеним і набуває прав юридичної особи

- а) з моменту формування статутного фонду;
- б) з моменту відкриття приміщення, в якому розташоване підприємство;
- в) з моменту його державної реєстрації;
- г) з моменту відкриття рахунку в банку;
- д) з моменту підписання статуту чи установчого договору.

28. Єдиний державний реєстр створюється з метою

- а) забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

достовірною інформацією про юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;

б) забезпечення засновників достовірною інформацією про юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;

в) забезпечення достовірною інформацією про місцезнаходження юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;

г) забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту недостовірною інформацією про юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців;

д) забезпечення державних органів достовірною інформацією про юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

29. Ліцензійні умови здійснення певних видів господарської діяльності розробляються

а) органом ліцензування;

б) суб'єктом підприємництва;

в) кабінетом Міністрів України;

г) президентом України;

д) верховною Радою України.

30. Самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробництва, науково-дослідницької, торгової та іншої господарської діяльності – це

а) підприємство;

б) підприємництво;

в) ринок;

г) бізнес;

д) підприємницька діяльність.

31. Підприємство, утворене, як правило, двома або більше засновниками за їх спеціальним рішенням (договором)

а) корпоративне;

б) унітарне;

в) кооперативне;

г) приватне;

д) комунальне.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

32. Підприємство, утворене одним засновником

- а) корпоративне;
- б) унітарне;
- в) кооперативне;
- г) приватне;
- д) комунальне.

33. Господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств (юридичних осіб) з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних проблем та соціальних завдань

- а) господарське товариство;
- б) асоційоване підприємство;
- в) корпоративне підприємство;
- г) об'єднання підприємств;
- д) фермерське господарство.

34. Договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності – це

- а) асоціація;
- б) корпорація;
- в) концерн;
- г) консорціум;
- д) кооператив.

35. Договірні об'єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників – це

- а) асоціація;
- б) корпорація;
- в) концерн;
- г) консорціум;
- д) кооператив.

36. Тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети – це

- а) асоціація;
- б) корпорація;
- в) концерн;
- г) консорціум;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

д) кооператив.

38. Статутні об'єднання підприємства промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємств – це

- а) асоціація;
- б) корпорація;
- в) концерн;
- г) консорціум;
- д) кооператив.

39. Статутний капітал такого товариства поділений на частки, розмір яких обумовлюється в статуті. Учасники товариства не відповідають за його зобов'язання і несуть ризик збитків у межах вартості своїх вкладів – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з додатковою відповідальністю;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство;
- д) акціонерне товариство.

40. Учасники такого товариства солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язання своїм майном у розмірі, який встановлений статутом товариства і є однаково кратним для всіх учасників до вартості внесеного кожним учасником вкладу – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з додатковою відповідальністю;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство;
- д) акціонерне товариство.

41. Учасники відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткові (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язання усім майном, що їм належить – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з додатковою відповідальністю;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

д) акціонерне товариство.

42. Статутний капітал такого товариства поділяється на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з додатковою відповідальністю;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство;
- д) акціонерне товариство.

43. Добровільне об'єднання громадян на засадах членства для спільної виробничої або іншої господарської діяльності, яка базується на їхній особистій трудовій участі та на об'єднанні його членами майнових пайових внесків – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з додатковою відповідальністю;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство;
- д) акціонерне товариство.

44. Товариство, в якому разом з повними учасниками, є один чи кілька учасників, які несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства у межах сум зроблених ними вкладів і не беруть участь у діяльності товариства – це

- а) товариство з обмеженою відповідальністю;
- б) товариство з додатковою відповідальністю;
- в) повне товариство;
- г) командитне товариство;
- д) акціонерне товариство.

45. Франчайзинг – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пілґ і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу;

д) форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

46. Франшиза – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пільг і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу;

д) форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

47. Франчайзер – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

(франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пілг і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу;

д) форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

48. Франчайзі – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пілг і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу;

д) форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

49. Франчайзинговий пакет – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пільг і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу;

д) форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

50. Роялті – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пільг і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу;

д) періодичні виплати за використання франшизи, встановлені пропорційно показникам діяльності або у вигляді фіксованої плати.

51. Паушальний внесок – це

а) метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пільг і привілеїв;

б) право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком;

в) діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку;

г) одноразова плата, яку вносить франчайзі за надання йому права користуватися конкретним видом бізнесу на певній території і з використанням товарного знаку франчайзера;

д) періодичні виплати за використання франшизи, встановлені пропорційно показникам діяльності або у вигляді фіксованої плати.

52. Підставою для відмови у державній реєстрації юридичній особі є

а) невідповідність найменування юридичної особи вимогам закону;

б) кількість засновників більше трьох;

в) документи подано засновником;

г) відсутність печатки;

д) відсутність рахунку в банку.

53. Контроль за дотриманням ліцензійних умов суб'єктами підприємництва здійснюють

а) органи ліцензування;

б) суб'єкти підприємництва;

в) Кабінет Міністрів України;

г) Президент України;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

д) Верховна Рада України.

54. Ставка єдиного податку для першої групи становить

- а) до 10% розміру прожиткового мінімуму;
- б) до 10% розміру мінімальної заробітної плати;
- в) до 20% розміру прожиткового мінімуму;
- г) до 20% розміру мінімальної заробітної плати;
- д) 3% від доходу,

54. Ставка єдиного податку для другої групи становить

- а) до 10% розміру прожиткового мінімуму;
- б) до 10% розміру мінімальної заробітної плати;
- в) до 20% розміру прожиткового мінімуму;
- г) до 20% розміру мінімальної заробітної плати;
- д) 3% від доходу.

55. Ставка єдиного соціального внеску становить

- а) 22% від прожиткового мінімуму;
- б) 22% від мінімальної заробітної плати;
- в) 22% від середньої заробітної плати;
- г) 18% від мінімальної заробітної плати;
- д) 18% від прожиткового мінімуму.

56. Ставка податку на прибуток юридичних осіб становить

- а) 18%;
- б) 19%;
- в) 20%;
- г) 25%;
- д) 17%.

57. У разі відмови у видачі ліцензії на підставі виявлення недостовірних даних у документах, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії

а) не раніше, ніж через 6 місяців з дати ухвалення рішення про відмову в її видачі;

б) не раніше, ніж через 3 місяці з дати ухвалення рішення про відмову в її видачі;

в) не раніше, ніж через 5 місяців з дати ухвалення рішення про відмову в її видачі;

г) не раніше, ніж через 10 місяців з дати ухвалення рішення про відмову в її видачі;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

д) не раніше, ніж через один рік з дати ухвалення рішення про відмову в її видачі.

58. Строк прийняття рішення про видачу ліцензії становить

а) 10 робочих днів з дня одержання заяви органом ліцензування;

б) 5 робочих днів з дня одержання заяви органом ліцензування;

в) 3 робочі дні з дня одержання заяви органом ліцензування;

г) 8 робочих днів з дня одержання заяви органом ліцензування;

д) один місяць з дня одержання заяви органом ліцензування.

59. Підставою для внесення змін до Єдиного державного реєстру про переоформлення ліцензії є

а) зміна прізвища, ім'я по батькові ФОП;

б) зміна національності ФОП;

в) зміна виробничого приміщення;

г) міна постачальників;

д) зміна споживачів.

60. Підставою для внесення змін до Єдиного державного реєстру про анулювання ліцензії є

а) зміна прізвища, ім'я по батькові ФОП;

б) зміна національності ФОП;

в) зміна виробничого приміщення;

г) міна постачальників;

д) зміна споживачів.

61. Ліцензія видається на

а) необмежений період;

б) один день;

в) дин місяць;

г) один тиждень;

д) один квартал.

62. ФОП – платники єдиного податку 1 групи мають право здійснювати

а) торговельну діяльність;

б) будівельну діяльність;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

- в) медичну практику;
- г) ветеринарну практику;
- д) діяльність у сфері ресторанного господарства.

63. ФОП – платники єдиного податку 1 групи мають право здійснювати

- а) діяльність з надання побутових послуг;
- б) будівельну діяльність;
- в) медичну практику;
- г) ветеринарну практику;
- д) діяльність у сфері ресторанного господарства.

64. ФОП – платники єдиного податку 2 групи мають право здійснювати

- а) страхову діяльність;
- б) будівельну діяльність;
- в) медичну практику;
- г) ветеринарну практику;
- д) діяльність у сфері ресторанного господарства.

65. Не можуть бути платниками єдиного податку 2 групи ФОП, які здійснюють

- а) торговельну діяльність;
- б) діяльність з надання побутових послуг;
- в) діяльність у сфері ресторанного господарства;
- г) виробництво хлібобулочних виробів;
- д) посередницькі послуги купівлі, продажу та оренди

нерухомого майна.

66. Не можуть бути платниками єдиного податку суб'єкти господарювання, які здійснюють

а) видобуток, реалізацію корисних копалин, крім реалізації корисних копалин місцевого значення;

- б) діяльність з надання побутових послуг;
- в) діяльність у сфері ресторанного господарства;
- г) виробництво хлібобулочних виробів;
- д) посередницькі послуги купівлі, продажу та оренди

нерухомого майна.

67. Ліцензуванню підлягає

- а) торговельна діяльність;
- б) діяльність з надання побутових послуг;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

в) обмін готівкових валютних цінностей;

г) діяльність у сфері розваг;

д) діяльність у сфері освіти.

68. Нормативно-правовий документ, положення якого встановлюють вимоги до певних видів діяльності – це

а) ліцензійні умови;

б) договірні зобов'язання;

в) договірні умови;

г) ліцензійні зобов'язання;

д) реєстраційні умови.

69. У заяві на одержання ліцензії ФОП зазначають

а) національність;

б) сімейний стан;

в) вид діяльності;

г) інформацію про освіту;

д) стаж роботи.

70. У заяві на одержання ліцензії юридичною особою зазначають

а) розмір статутного фонду;

б) прізвища засновників;

в) вид діяльності;

г) інформацію про освіту засновників;

д) кінцевого бенефіціарного власника.

71. Статут підприємства затверджується

а) власником або власниками;

б) директором;

в) бухгалтером;

г) державним реєстратором;

д) нотаріусом.

72. Засновницькими документами згідно законодавства України є

а) статут і установчий договір;

б) статут і положення;

в) статут і інструкція;

г) статут і розпорядження;

д) статут і наказ.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

73. Відомості про юридичну особу вносяться до Єдиного державного реєстру на підставі

- а) заяви про державну реєстрацію;
- б) свідоцтва про народження засновників;
- в) паспорта засновника;
- г) свідоцтва про одруження засновників;
- д) цивільно-правового договору

74. Реєстрація платником єдиного податку відбувається на підставі

- а) заяви;
- б) статуту;
- в) установчого договору;
- г) протоколу засновників;
- д) ліцензії.

75. Змінити систему оподаткування можна не більше

- а) одного разу протягом року;
- б) одного разу протягом місяця;
- в) одного разу протягом кварталу;
- г) двох разів на рік;
- д) двох разів на місяць.

76. Спрошена система оподаткування – це

а) особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених законодавством;

б) особливий механізм справляння податків, що встановлює сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених законодавством;

в) справляння зборів, що встановлює заміну сплати зборів на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених законодавством;

г) особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку;

д) особливий механізм справляння податків і зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

77. Акції публічного акціонерного товариства можуть купуватися і продаватися на

- а) товарній біржі;
- б) фондовій біржі;
- в) ринку;
- г) підприємстві;
- д) акціонерному товаристві.

78. Акціонерне товариство може здійснювати розміщення двох типів акцій:

- а) простих і складних;
- б) простих і привілейованих;
- в) простих і іменних;
- г) складних і іменних;
- д) складних і привілейованих.

79. У засновницькому договорі повного товариства, крім загальних положень, містяться відомості про

а) розмір та склад складеного капіталу товариства, розмір та порядок зміни часток кожного з учасників у складеному капіталі⁴

б) розмір та порядок зміни часток кожного з повних учасників у складеному капіталі та сукупний розмір вкладів вкладників;

в) розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передачі часток у статутному капіталі;

г) розмір статутного капіталу, категорії акції, що випускаються товариством та їх номінальну вартість та кількість, права акціонерів;

д) склад і порядок внесення пайових внесків та відповідальність за порушення зобов'язань щодо внесення пайових внесків.

80. У засновницькому договорі командитного товариства, крім загальних положень, містяться відомості про

а) розмір та склад складеного капіталу товариства, розмір та порядок зміни часток кожного з учасників у складеному капіталі;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

б) розмір та порядок зміни часток кожного з повних учасників у складеному капіталі та сукупний розмір вкладів вкладників;

в) розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передачі часток у статутному капіталі;

г) розмір статутного капіталу, категорії акції, що випускаються товариством та їх номінальну вартість та кількість, права акціонерів;

д) склад і порядок внесення пайових внесків та відповідальність за порушення зобов'язань щодо внесення пайових внесків.

81. У статуті акціонерного товариства, крім загальних положень, містяться відомості про

а) розмір та склад складеного капіталу товариства, розмір та порядок зміни часток кожного з учасників у складеному капіталі;

б) розмір та порядок зміни часток кожного з повних учасників у складеному капіталі та сукупний розмір вкладів вкладників;

в) розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передачі часток у статутному капіталі;

г) розмір статутного капіталу, категорії акції, що випускаються товариством та їх номінальну вартість та кількість, права акціонерів;

д) склад і порядок внесення пайових внесків та відповідальність за порушення зобов'язань щодо внесення пайових внесків.

82. У статуті виробничого кооперативу, крім загальних положень, містяться відомості про

а) розмір та склад складеного капіталу товариства, розмір та порядок зміни часток кожного з учасників у складеному капіталі;

б) розмір та порядок зміни часток кожного з повних учасників у складеному капіталі та сукупний розмір вкладів вкладників;

в) розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передачі часток у статутному капіталі;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

г) розмір статутного капіталу, категорії акції, що випускаються товариством та їх номінальну вартість та кількість, права акціонерів;

д) склад і порядок внесення пайових внесків та відповідальність за порушення зобов'язань щодо внесення пайових внесків.

83. У статуті товариства з обмеженою відповідальністю, крім загальних положень, містяться відомості про

а) розмір та склад складеного капіталу товариства, розмір та порядок зміни часток кожного з учасників у складеному капіталі;

б) розмір та порядок зміни часток кожного з повних учасників у складеному капіталі та сукупний розмір вкладів вкладників;

в) розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передачі часток у статутному капіталі;

г) розмір статутного капіталу, категорії акції, що випускаються товариством та їх номінальну вартість та кількість, права акціонерів;

д) склад і порядок внесення пайових внесків та відповідальність за порушення зобов'язань щодо внесення пайових внесків.

84. Передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти без укладання трудового договору) – це

а) краудсорсинг;

б) краудлендинг;

в) краудінвестинг;

г) краудфандинг;

д) фандрейзинг.

85. Процес залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо), які організація не може забезпечити самостійно та які необхідні для реалізації певної або своєї діяльності загалом – це

а) краудсорсинг;

б) краудлендинг;

в) краудінвестинг;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

г) краудфандинг;

д) фандрейзинг.

86. Залучення фінансування, в якій велика кількість людей (мікроінвесторів) з типово невеликою сумою грошей через мережу Інтернету можуть вкласти гроші в нові проекти – це

а) краудсорсинг;

б) краудлендинг;

в) краудінвестинг;

г) краудфандинг;

д) фандрейзинг.

87. Форма кредитування, при якій у ролі кредитора виступає не фінансова організація, а фізична особа або група осіб – це

а) краудсорсинг;

б) краудлендинг;

в) краудінвестинг;

г) краудфандинг;

д) фандрейзинг.

88. Інструмент, який залучає кошти від великої кількості благодійників через спеціальні платформи – це

а) краудсорсинг;

б) краудлендинг;

в) краудінвестинг;

г) краудфандинг;

д) фандрейзинг.

89. Маркетингова модель, що характерна для підприємств, що реалізують товари і послуги для кінцевого споживача, який купує продукт для особистого використання:

а) B2C маркетинг;

б) D2B маркетинг;

в) B2B маркетинг;

г) B2G маркетинг;

д) C2B маркетинг.

90. Модель маркетингової взаємодії з приводу купівлі-продажу товарів між комерційними підприємствами:

а) B2C маркетинг;

б) D2B маркетинг;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

в) B2B маркетинг;

г) B2G маркетинг;

д) C2B маркетинг.

91. Маркетингова модель, що визначає сферу відносин між бізнесом та державними органами:

а) B2C маркетинг;

б) D2B маркетинг;

в) B2B маркетинг;

г) B2G маркетинг;

д) C2B маркетинг.

93. Добір кадрів включає

а) розрахунок потреби в кадрах, моделі робочих місць, професійний набір кадрів, формування резерву кадрів;

б) оцінювання потенціалу працівників, оцінювання індивідуального внеску, атестація кадрів;

в) планування службової кар'єри, умови оплати праці, рух кадрів;

г) професійна підготовка, підвищення кваліфікації, перепідготовка персоналу;

д) розрахунок потреби в кадрах, атестація кадрів, рух кадрів.

95. Оцінювання персоналу включає

а) розрахунок потреби в кадрах, моделі робочих місць, професійний набір кадрів, формування резерву кадрів;

б) оцінювання потенціалу працівників, оцінювання індивідуального внеску, атестація кадрів;

в) планування службової кар'єри, умови оплати праці, рух кадрів;

г) професійна підготовка, підвищення кваліфікації, перепідготовка персоналу;

д) розрахунок потреби в кадрах, атестація кадрів, рух кадрів.

96. Розстановка персоналу включає

а) розрахунок потреби в кадрах, моделі робочих місць, професійний набір кадрів, формування резерву кадрів;

б) оцінювання потенціалу працівників, оцінювання індивідуального внеску, атестація кадрів;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

в) планування службової кар'єри, умови оплати праці, рух кадрів;

г) професійна підготовка, підвищення кваліфікації, перепідготовка персоналу;

д) розрахунок потреби в кадрах, атестація кадрів, рух кадрів.

97. Контролінг персоналу – це

а) вивчення впливу існуючого розміщення працівників на робочих місцях за результатами роботи підприємства;

б) реалізація кадрової політики і координація дій з питань управління персоналом на підприємстві;

в) вивчення внутрішнього і зовнішнього ринків праці та його сегментів;

г) постійне спеціальне спостереження за якісним станом кадрів, їх динамікою, балансом персоналу, рівнем стимулювання, задоволенням роботою;

в) розробка рекомендацій ефективної кадрової роботи.

98. Маркетинг персоналу – це

а) вивчення впливу існуючого розміщення працівників на робочих місцях за результатами роботи підприємства;

б) реалізація кадрової політики і координація дій з питань управління персоналом на підприємстві;

в) вивчення внутрішнього і зовнішнього ринків праці та його сегментів;

г) постійне спеціальне спостереження за якісним станом кадрів, їх динамікою, балансом персоналу, рівнем стимулювання, задоволенням роботою;

в) розробка рекомендацій ефективної кадрової роботи.

99. Моніторинг персоналу – це

а) вивчення впливу існуючого розміщення працівників на робочих місцях за результатами роботи підприємства;

б) реалізація кадрової політики і координація дій з питань управління персоналом на підприємстві;

в) вивчення внутрішнього і зовнішнього ринків праці та його сегментів;

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

г) постійне спеціальне спостереження за якісним станом кадрів, їх динамікою, балансом персоналу, рівнем стимулювання, задоволенням роботою;

в) розробка рекомендацій ефективної кадрової роботи.

100. До методів оцінювання кандидатів на вакантні посади належать

а) інтерв'ю;

б) особові методи;

в) практичні заняття;

г) ситуаційні завдання;

а) аналогій.

ГЛОСАРІЙ

А

Акція – цінний папір без установленого строку обігу, що засвідчує дольову участь у статутному фонді акціонерного товариства, підтверджує членство в акціонерному товаристві та право на участь в управлінні ним, дає право її власникові на одержання частини прибутку у вигляді дивіденду, а також на участь у розподілі майна при ліквідації акціонерного товариства.

Акціонерне товариство – це господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями.

Асоціація – договірне об'єднання, створене з метою постійної координації господарської діяльності підприємств, що об'єдналися, шляхом централізації однієї або кількох виробничих та управлінських функцій, розвитку спеціалізації і кооперації виробництва, організації спільних виробництв на основі об'єднання учасниками фінансових та матеріальних ресурсів для задоволення переважно господарських потреб учасників асоціації.

Б

Бізнес – ділові відносини між людьми з метою отримання доходу чи певних вигод. Загальне поняття, що характеризує економічну активність суб'єктів господарювання з приводу досягнення поставленої мети отримання прибутків.

Бізнесмен – дієздатний громадянин, що здійснює активну економічну діяльність по отриманню економічних вигод та прибутків.

В

Відповідальність – це правове та етичне відношення підприємців до суспільства (до господарюючих суб'єктів, до споживачів тощо), яке характеризується виконанням правових норм (правил).

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Виробничий бізнес – це будь-яка матеріальна, інтелектуальна, творча діяльність, яка пов'язана з виробництвом продукції, наданням послуг, створенням певних духовних цінностей.

Г

Господарська діяльність – діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність.

Господарські асоціації – договірні об'єднання підприємств і організацій, які створюються для спільного виконання однорідних функцій та координації загальної діяльності.

Господарський договір – це договір укладений між суб'єктами господарської (в тому числі підприємницької) діяльності або між одним чи декількома такими особами і не господарюючою юридичною особою з приводу чи у зв'язку зі здійсненням ними господарської (зокрема підприємницької) діяльності.

Господарське об'єднання – це об'єднання підприємств, утворене за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність.

Господарське товариство – товариство, що здійснює підприємницьку діяльність з метою одержання прибутку та наступного його розподілу між учасниками (підприємницькі товариства); юридична особа, статутний (складений) капітал якої поділений на частки між учасниками.

Грант – це безоплатна цільова субсидія, що надається на конкурсній основі організації, ініціативній групі або індивідуальній особі для реалізації заявленого проекту в тій чи іншій сфері діяльності.

Грант – кошти, техніка або інші ресурси, що безповоротно передається донором (фондом, корпорацією, державною установою або приватною особою) некомерційній організації або приватній особі для виконання конкретної роботи.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Грант для бізнесу – допомога бізнес-клієнтам у залученні коштів на розвиток власної справи, консультації, зустрічі, експертні оцінки, пошук можливостей фінансування та робота з грантовими заявками за залученням відповідних експертів.

Д

Державна реєстрація – це офіційне визнання шляхом засвідчення державою факту створення або припинення юридичної особи, засвідчення факту набуття або позбавлення статусу підприємця фізичною особою, зміни відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань, про юридичну особу та фізичну особу-підприємця, а також проведення інших реєстраційних дій.

Державне (комунальне) господарське об'єднання – об'єднання підприємств, утворене державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або, у визначених законом випадках, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять підприємства, що утворюють об'єднання), або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування.

Довгострокові кредити – понад 3 роки; можуть надаватися для формування основних засобів.

Договір – це домовленість двох або більше сторін, спрямована на встановлення, зміну або припинення цивільних прав та обов'язків.

Договір банківського вкладу – це договір, за яким одна сторона (банк), що прийняла від другої сторони (вкладника) або для неї грошову суму (вклад), що надійшла, зобов'язується виплачувати вкладникові таку суму та відсотки на неї або дохід в іншій формі на умовах та в порядку, встановлених договором.

Договір банківського рахунка – це договір, за яким банк зобов'язується приймати і зараховувати на рахунок, відкритий клієнтові (власнику рахунка), грошові кошти, що йому надходять, виконувати розпорядження клієнта про перерахування і видачу відповідних сум з рахунка та проведення інших операцій за рахунком.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Договір дарування – це договір, за яким одна сторона (дарувальник) передає або зобов'язується передати в майбутньому другій стороні безоплатно майно (дарунок) у власність.

Договір енергопостачання – це договір, за яким енергопостачальне підприємство (енергопостачальник) відпускає електричну енергію, пару, гарячу і перегріту воду споживачеві (абоненту), який зобов'язаний оплатити прийняту енергію та дотримуватися передбаченого договором режиму її використання, а також забезпечити безпечну експлуатацію енергетичного обладнання, що ним використовується.

Договір комісії – це договір, за яким одна сторона (комісіонер) зобов'язується за дорученням другої сторони (комітента) за плату вчинити одну або кілька угод від свого імені, але за рахунок комітента (термін комісії 1-2 місяці) (товари споживання).

Договір консигнації – це договір, за яким одна сторона (консигнатор) зобов'язується за дорученням другої сторони (консигната) протягом визначеного часу (терміну дії угоди консигнації) за обумовлену винагороду продати з консигнаційного складу від свого імені товари (технологічне устаткування, транспортні засоби, будівельні матеріали), які належать консигнату (термін консигнації – 1–1,5 роки).

Договір кредитний – це договір, за яким банк або інша фінансова установа (кредитодавець) зобов'язується надати грошові кошти (кредит) позичальникові у розмірі та на умовах, встановлених договором, а позичальник зобов'язується повернути кредит та сплатити відсотки.

Договір купівлі-продажу – це договір, за яким одна сторона (продавець) передає або зобов'язується передати майно (товар) у власність другій стороні (покупцеві), а покупець приймає або зобов'язується прийняти майно (товар) і сплатити за нього певну грошову суму.

Договір найму (оренди) – це договір, за яким одна сторона (наймодавець) передає наймачеві майно у користування за плату на певний строк.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Договір підряду – це договір, за яким одна сторона (підрядник) зобов'язується на свій ризик виконати певну роботу за завданням другої сторони (замовника), а замовник зобов'язується прийняти та оплатити виконану роботу.

Договір постачання – це договір, за яким одна сторона – постачальник зобов'язується передати (поставити) в обумовлені строки (строк) другій стороні – покупцеві товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму.

Договір про надання послуг – це договір, за яким одна сторона (виконавець) зобов'язується за завданням другої сторони (замовника) надати послугу, яка споживається в процесі вчинення певної дії або здійснення певної діяльності, а замовник зобов'язується оплатити виконавцеві зазначену послугу, якщо інше не встановлено договором.

Договір страхування – це письмова угода між страхувальником і страховиком, згідно з якою страховик бере на себе зобов'язання у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальнику або іншій особі, визначеній у договорі страхування страхувальником, на користь якої укладено договір страхування (надати допомогу, виконати послугу тощо), а страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору.

Є

Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР) – публічний реєстр юридичних осіб України, що виконує роль державного контролю та захисту прав юридичних осіб, громадських формувань та підприємців України, а також захисту прав третіх осіб у правовідносинах з ними.

З

Збитки – це витрати, зроблені управненою стороною, втрата або пошкодження її майна, а також не одержані нею доходи, які управнена сторона одержала б у разі належного виконання зобов'язання або додержання правил здійснення господарської діяльності другою стороною.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Запаси матеріалів – це матеріальні цінності, що очікують виробничого споживання для виготовлення продукції, надання послуг.

Засновницький договір – це належним чином оформлений документ, на підставі якого створюється та функціонує суб'єкт господарювання, а також який визначає його правовий статус як підприємницької організації

I

Інвестиції – це потужний інструмент розвитку бізнесу. Для менших і молодших бізнесів найкращий спосіб залучити кошти – показати себе у спільноті потенційних українських інвесторів.

Індексний (статистичний) метод – при відсутності норм потреба в матеріалах на плановий період може бути знайдена методом динамічних коефіцієнтів, тобто виходячи із фактичних витрат за минулий період та індексів програми виробництва та норм витрат

К

Картель – це договірне об'єднання підприємств переважно однієї галузі для здійснення спільної комерційної діяльності – регулювання збуту виготовленої продукції.

КВЕД – це скорочення від «Класифікація видів економічної діяльності». Дана система кодів дозволяє класифікувати та ідентифікувати окремі різновиди діяльності суб'єктів господарювання в нашій державі. КВЕДи використовуються для статистичних, адміністративних, податкових та інших цілей.

Командитне товариство – це товариство, в якому разом з учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном (повними учасниками), є один чи кілька учасників (вкладників), які несуть ризик збитків, пов'язаних із діяльністю товариства, у межах сум зроблених ними вкладів та не беруть участі в діяльності товариства.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Комерційний бізнес – діяльність, пов'язана з операціями та угодами з купівлі-продажу товарів і послуг. В цьому бізнесі підприємець виступає в ролі торговця, комерсанта, який купує товари для подальшого перепродажу.

Конкурентна перевага – це тривала вигода застосування деякої унікальної, що створює споживчу цінність, стратегії, заснованої на унікальній комбінації внутрішніх ресурсів бізнесу і здібностей, які не можуть бути скопійовані його конкурентами.

Консорціум – форма тимчасового об'єднання підприємств з метою вирішення конкретних завдань і проблем, здійснення великих інвестиційних, науково-технічних, соціальних, екологічних проєктів. Підприємства, які входять до консорціуму, зберігають повну самостійність, підпорядковуючись спільному керівництву лише в частині діяльності, що стосується цілей консорціуму.

Концерн – багатогалузевий комплекс підприємств, в якому структурні одиниці зберігають свою виробничу і господарську самостійність, але підпорядковуються єдиному керівництву шляхом контролю. В Україні концерни створюються на базі великих державних підприємств і об'єднань.

Короткострокові кредити – до 1 року; можуть надаватися банками у разі тимчасових фінансових труднощів, що виникають у зв'язку з витратами виробництва та обігу, не забезпечених надходженням коштів у відповідному періоді.

Корпоративне підприємство – це підприємство, яке утворене, як правило, двома або більше засновниками за їх спеціальним рішенням (договором). Діє на основі об'єднання майна та (або) підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у т.ч. через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємництва.

Корпорація – це акціонерне товариство, що поєднує діяльність декількох фірм для досягнення спільних цілей. Як юридична особа, корпорація несе відповідальність за боргами і податками за всі підприємства, які входять до її складу, і є самостійним суб'єктом підприємницької діяльності.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Краудфандинг – це інструмент, який залучає кошти від великої кількості благодійників через спеціальні платформи. В Україні цей тип фінансування бізнесу не є популярним. Проте у світі його активно використовують, особливо технологічні стартапи.

Краудінвестинг – інвестування; форма залучення фінансування, в якій велика кількість людей (мікроінвесторів) з типово невеликою сумою грошей через мережу Інтернету можуть вкласти гроші в нові проекти («стартапи»).

Краудлендинг – це форма кредитування, при якій у ролі кредитора виступає не фінансова організація, а фізична особа або група осіб.

Краудсорсинг – це передача певних виробничих функцій невизначеному колу осіб (на підставі публічної оферти без укладання трудового договору).

Л

Ліцензія – право суб'єкта господарювання на провадження виду господарської діяльності або частини виду господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню.

Ліцензійні умови – нормативно-правовий акт Кабінету Міністрів України, іншого уповноваженого законом органом державної влади, положення якого встановлюють вичерпний перелік вимог до провадження господарської діяльності, що підлягає ліцензуванню, обов'язкових для виконання ліцензіатом, та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії.

М

Маркетинг – це діяльність, пов'язана з активізацією продажу товару фірми через виявлення проблем, потреб і попиту клієнтів ринку, вишукування нових способів задоволення потреб або їх створення і задоволення з урахуванням довготривалих інтересів людини і суспільства через обмін.

Маркетинг у соціальних мережах, SMM (Social Media Marketing) – це один з інструментів інтернет-маркетингу, суть

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

якого у присутності бізнесу в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok).

Метод рецептурного складу – застосовується в таких галузях як металургійна, харчова, виробництва будівельних матеріалів, скляна.

Матеріально-технічне забезпечення – це процес забезпечення бізнесу сировиною, матеріалами, напівфабрикатами, готовими виробами, які необхідні для господарської діяльності відповідно до визначених потреб та у певні терміни.

Модельний статут – це статут, що затверджується Кабінетом Міністрів та є однаковим для всіх товариств з обмеженою відповідальністю, що обрали його у якості установчого документа, за винятком положень, які можуть обиратися товариством самостійно.

Н

Неустойка – це грошова сума або інше майно, які боржник повинен передати кредитору у разі порушення боржником зобов'язання.

Нормативний метод – потреба в матеріалах визначається як добуток норми витрат на одиницю продукції і обсягу виробництва.

Нормативно-правова основа бізнесу – це сукупність законів, кодексів, нормативних та інструктивних документів, які визначають порядок створення, реєстрацію бізнесу, правові та організаційні форми, порядок організації виробництва, забезпечення його необхідними ресурсами, збут, систему оподаткування, відносини між державою та підприємцями, суб'єктів підприємницької діяльності між собою, а також дають підприємцям певні правові гарантії.

О

Об'єднання підприємств – господарська організація, утворена у складі двох або більше підприємств з метою координації їх виробничої, наукової та іншої діяльності для вирішення спільних економічних та соціальних завдань.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Обов'язки – це правові норми (правила), що підлягають обов'язковому виконанню.

Оперативно-господарські санкції – це заходи оперативного впливу на правопорушника з метою припинення або попередження повторення порушень зобов'язання, що використовуються самими сторонами зобов'язання в односторонньому порядку.

Організаційно-правова форма юридичної особи – форма здійснення господарської діяльності з відповідною правовою основою, яка визначає характер відносин між засновниками (учасниками), режим майнової відповідальності по зобов'язанням підприємства (організації), порядок створення, реорганізації, ліквідації, управління, розподілу одержаних прибутків, можливі джерела фінансування.

Орган ліцензування – державний орган, уповноважений законом або Кабінетом Міністрів України на здійснення ліцензування господарської діяльності.

П

Паушальний внесок – це одноразова плата, яку вносить франчайзі за надання йому права користуватися конкретним видом бізнесу на певній території і з використанням товарного знаку франчайзера.

Пеня – неустойка, що обчислюється у відсотках від суми несвоєчасного виконаного грошового зобов'язання за кожен день прострочення виконання. Неустойка у вигляді пені характеризується «нарощуванням» свого розміру, оскільки вона стягується за кожний наступний проміжок часу при невиконанні зобов'язання, що триває.

Підготовчий запас матеріалів – запас матеріальних ресурсів, які повинні бути у стадії підготовки до виробничого використання.

Підприємець – це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Підприємець – це суб'єкт, що поєднує у собі комерційні, організаторські та новаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів, методів виробництва, нових благ їх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

Підприємництво – самостійне організаційно-господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових товарів або старих новими методами, відкриття метою отримання прибутків та самореалізації власної мети.

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

Підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробництва, науково-дослідницької, торгової та іншої господарської діяльності.

План рекламної кампанії – це важливий документ, який дозволяє синхронізувати всі дії пов'язані з рекламуванням продукту.

Повне товариство – це товариство, учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за його зобов'язаннями усім майном, що їм належить.

Податок – це обов'язковий, безумовний платіж до відповідного бюджету, що справляється з платників податку відповідно до ПКУ.

Портрет клієнта – це узагальнений неперсоніфікований образ клієнта компанії, який формується на основі аналізу великих даних (Big Data).

Поточний запас матеріалів – це основна частина запасу матеріалів, яка витрачається у виробництві між двома їх поточними поставками.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Право – це нормативна форма виражені принципу формальної рівності господарюючих суб'єктів в економічних відносинах, це система встановлених або санкціонованих державою загальнообов'язкових правил (норм) поведінки.

Припинення діяльності суб'єкта підприємництва – це настання таких юридичних умов, за яких юридичні особи та фізичні особи – підприємці позбавляються можливості здійснювати господарську діяльність та втрачають статус суб'єкта підприємництва.

Професійний добір — це складний процес, який включає кілька етапів і має на меті забезпечити підприємство співробітниками, що мають необхідні навички та компетенції для досягнення поставлених цілей.

Р

Реєстратор розрахункових операцій (РРО) – пристрій, який призначений для реєстрації розрахункових операцій при продажі товарів (наданні послуг), операцій з купівлі-продажу іноземної валюти та/або реєстрації кількості проданих товарів (наданих послуг), операцій з приймання готівки для подальшого переказу.

Реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.

Рекламна кампанія – це комплекс рекламних заходів, об'єднаних метою (цілями), для реалізації маркетингової стратегії рекламодавця шляхом спонукання заданого кола споживачів до дії за допомогою рекламних звернень.

Реорганізація – процедура, що передбачає повну або часткову заміну власників корпоративних прав, зміну організаційно-правової форми ведення бізнесу, ліквідацію окремих підрозділів і закриття підприємства.

Роялті – це періодичні виплати за використання франшизи, встановлені пропорційно показникам діяльності або у вигляді фіксованої плати.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

С

Середньострокові кредити – до 3 років; можуть надаватися на оплату обладнання, поточні витрати, на фінансування капітальних вкладень.

Синдикат – організаційна форма існування різновиду картельної угоди, що передбачає реалізацію продукції учасників через створення спільного збутового органу або збутової мережі одного з учасників об'єднання. Така форма об'єднання підприємств є характерною для галузей з масовим виробництвом однорідної продукції (об'єднує однорідні підприємства, централізуючи збут і постачання продукції).

Спрощена система оподаткування, обліку та звітності – особливий механізм справляння податків зборів, що встановлює заміну сплати окремих податків і зборів на сплату єдиного податку в порядку та на умовах, визначених законодавством, з одночасним веденням спрощеного обліку та звітності.

Статут – це установчий документ юрособи, який підлягає державній реєстрації, є відкритим для ознайомлення контрагентами, а його копія зберігається у реєстраційній справі юридичної особи.

Статутний капітал – сукупність матеріальних (речових) і грошових коштів та інших нематеріальних цінностей, які є постійним внеском його засновників-учасників у створене ними господарське товариство з метою забезпечення діяльності підприємства й отримання на цій основі прибутку.

Стратегія бізнесу – це план, який дозволяє перенести бізнес із поточного стану в бажаний, передбачаючи комплекс дій, спрямованих на досягнення встановлених цілей. Інакше кажучи, стратегія бізнесу – це визначення цілей і планування шляхів їх досягнення.

Страховий запас матеріалів – запас матеріалів, який забезпечить безперебійність виробництва у випадках порушення графіка поставки матеріалів.

Структуроване інтерв'ю — це заздалегідь підготовлене інтерв'ю, де всі кандидати відповідають на однаковий набір запитань. Це дозволяє об'єктивно порівняти претендентів за однаковими критеріями.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Суб'єкт підприємництва (суб'єкт підприємницької діяльності, СПД) – це громадяни України або іноземці, котрі отримали право вести власний бізнес. Для цього вони пройшли необхідну процедуру реєстрації та були внесені до баз державних контролюючих органів.

Т

Таргетингові розсилки – це рішення для персоналізованої комунікації з клієнтами. Надіслати таргетоване повідомлення можна як у соціальних мережах, так і за допомогою SMS.

Тестування – це один із методів оцінки, що допомагає отримати об'єктивну інформацію про професійні здібності кандидата. Основна мета тестування – з'ясувати, як індивідуальні характеристики людини можуть вплинути на її успіх на роботі.

Товариство з додатковою відповідальністю – це товариство, яке засноване однією або кількома особами, статутний капітал якого поділено на частки, учасники якого солідарно несуть додаткову (субсидіарну) відповідальність за зобов'язаннями товариства своїм майном пропорційно до вартості внесеного вкладу.

Товариство з обмеженою відповідальністю – це товариство, яке засноване однією або кількома особами товариство, статутний капітал якого поділено на частки.

Транспортно-заготівельні витрати (ТЗВ) – витрати, пов'язані із заготівлею і доставкою матеріальних цінностей (товарів, сировини, матеріалів, інструментів), які включають витрати на заготівлю запасів; оплату тарифів за вантажно-розвантажувальні роботи; оплату тарифів (фрахту) за транспортування запасів усіма видами транспорту до місця їх використання; страхування ризиків транспортування запасів.

Трест – монополістичне об'єднання підприємств, що раніше належали різним підприємцям, у єдиний виробничо-господарський комплекс. При цьому підприємства повністю втрачають свою юридичну і господарську самостійність, оскільки інтегруються усі напрямки діяльності.

У

Унітарне підприємство – це підприємство, яке створене одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує статутний фонд не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства.

Установчі документи – це документи, які фіксують волевиявлення на створення юридичної особи, її правовий статус як юридичної особи, мету, для досягнення якої вона створюється, права та обов'язки засновників та членів організації, умови її припинення, склад та компетенцію органів юридичної особи, взаємовідносини із третіми особами.

Ф

Фандрейзинг – це процес залучення грошових коштів та інших ресурсів (людських, матеріальних, інформаційних тощо), які організація не може забезпечити самостійно та які необхідні для реалізації певної або своєї діяльності загалом.

Фізична особа-підприємець – фізична особа, яка реалізує здатність до праці шляхом самостійної, на власний ризик, діяльності з метою отримання прибутку.

Фінансове підприємництво – це особливий вид комерційної діяльності, пов'язаний з купівлею-продажем національної та іноземної валют, цінних паперів, а також із обслуговуванням розрахункових операцій. Підприємець купує ці фінансові ресурси у їх власників, а потім з вигодою для себе перепродає покупцям або дає в борг за певну плату.

Фінансово-промислова група (ФПГ) – це комплекс різногалузевих виробничих підприємств (промислових, транспортних, будівельних, наукових) і фінансових інститутів (банків, страхових компаній, інвестиційних фондів), які об'єднані спільністю економічних і фінансових інтересів і здійснюють скоординовану господарську та інвестиційну діяльність з метою збереження домінуючих позицій на ринку.

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Франчайзер – особа, що надає право малому підприємцю вести справу відповідно до угоди на визначеній території протягом обумовленого періоду часу, забезпечуючи його своїми товарами, рекламними послугами, технологіями і фірмовим знаком.

Франчайзі – особа, що здійснює діяльність під керівництвом франчайзера, який забезпечує його послугами менеджменту, маркетингу і надає йому інформацію про стан ринку.

Франчайзинг – це метод організації бізнесу, що ґрунтується на угоді між великими корпораціями (франчайзери) із малими фірмами (франчайзі) або окремими підприємцями на засадах системи взаємовигідних пільг і привілеїв.

Франчайзинговий пакет – це форма існування готової для продажу франшизи у вигляді пакету документів для франчайзі і документів внутрішнього користування франчайзера (бренд-бук, керівництво з управління франчайзинговим підприємством, комплект правових документів).

Франшиза – об'єкт договору франчайзингу, комплекс благ, що складається з прав користування брендом і бізнес-моделлю франчайзера, а також інших благ, необхідних для створення та ведення бізнесу.

X

Холдинг – специфічна організаційна форма об'єднання капіталів; державне інтегроване товариство, що само безпосередньо не займається виробничою діяльністю, а використовує свої кошти для придбання контрольних пакетів акцій інших підприємств, які є учасниками концерну або іншого добровільного об'єднання.

Ш

Штраф – неустойка, що обчислюється у відсотках від суми невиконаного або неналежно виконаного зобов'язання. Маючи стимулюючу функцію, штраф застосовується як при простроченні виконання зобов'язання, так і з інших підстав: невідповідність якості, кількості, стандартам та іншим умовам

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

договору. Розмір штрафу встановлюється у вигляді відсотка або в обумовленій сторонами сумі.

Штрафні санкції – це господарські санкції у вигляді неустойки, яку учасник господарських відносин зобов'язаний сплатити у разі порушення ним правил здійснення господарської діяльності, невиконання або неналежного виконання господарського зобов'язання.

Ю

Юридична особа – це організація, створена і зареєстрована у встановленому законом порядку.

Я

Ярмарок кредитів (фінансовий ярмарок) – унікальна платформа, яка дає малому і середньому бізнесу нові можливості для розвитку шляхом доступу до кредитних ресурсів та інформації про можливі джерела фінансування.

С

CRM-система – це технологічне рішення для управління всіма відносинами компанії з наявними та потенційними клієнтами. Цей інструмент автоматизує бізнес-процеси, допомагає сформувати клієнтську базу, вести історію комунікації з покупцями та планувати майбутню взаємодію.

Е

Email-маркетинг – це вид прямого маркетингу, який використовує електронні листи для просування продуктів компанії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Власова Н. О., Чорна М. В., Беляєва М. В. Економічний механізм регулювання підприємницької діяльності в роздрібній торгівлі : монографія. Х. : ХДУХТ, 2013. 155 с.
2. Гаркавенко С. Маркетинг : підручник. 5-е вид. доп. К. : Лібра, 2007. 720 с.
3. Господарський кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 436-IV. Дата оновлення: 27.07.2023. URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15> (дата звернення: 10.09.2024).
4. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. Л. Г. Ліпич. Луцьк : Вежа-Друк, 2021.
5. Карпюк Г. І. Основи підприємництва : навч. посіб. для здобувачів професійної (професійно-технічної) освіти.
6. Створення власного бізнесу: навч.посібник / А. М. Колот, Г. О. Швиданенко, та ін. [Електронний ресурс]. К. : КНЕУ, 2017. 311 с.
7. Конституція України : Закон України від 28.06.1996 р. № 254к/96-ВР. Дата оновлення: 01.01.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 10.08.2024).
8. Костюкевич А. М. Державне регулювання бізнесу в умовах воєнного стану. *Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. Економічні науки*. Рівне : НУВГП, 2023. Вип. 3(103). С. 116–124.
9. Мінфін: За тиждень підприємці отримали 1124 пільгових кредитів на 4,02 млрд грн за програмою «Доступні кредити 5–9%». *Урядовий портал*. 2022. URL: <https://cutt.ly/UKXFLx8> (дата звернення: 10.08.2024).
10. Міщук Г. Ю., Джигар Т. М., Шишкіна О. О. Економічний аналіз : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2017. 156 с.
11. Організація власного бізнесу : навч. посіб. / за ред. к.е.н., доц. Є. В. Ткача. Чернівці : Чернівець. нац. ун-т. ім. Ю. Федьковича, 2023. 264 с.
12. Орлова К. Є. Управління бізнесом : підручник. Житомир : «Житомирська політехніка». 2019. 319 с.
13. Основи підприємництва : підручник / Біляк Т. О.,

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Бірюченко С. Ю., Бужимська К. О., та ін. ; під заг. ред. Н. В. Валінкевич. Житомир : ЖДТУ, 2019. 493 с.

14. Податковий кодекс України : Закон України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. Дата оновлення: 29.01.2024. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 18.08.2024).

15. Про акціонерні товариства : Закон України від 27. 07.2022 р. № 2465-IX. Дата оновлення: 27.04.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2465-20#Text> (дата звернення: 12.08.2024).

16. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань : Закон України від 15.05.2003 р. № 2452-IV. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/755-15> (дата звернення: 12.08.2024).

17. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності : Закон України від 06.09.2005 р. № 2806-IV. Дата оновлення: 02.09.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2806-15#Text> (дата звернення: 05.09.2024).

18. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III. Дата оновлення: 16.05.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2210-14#Text> (дата звернення: 15.08.2024).

19. Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту : Закон України від 22.12.1998 р. № 330-XIV. Дата оновлення: 31.12.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/330-14#Text> (дата звернення: 07.09.2024).

20. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16.04.1991 р. № 959-XII. Дата оновлення: 03.09.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (дата звернення: 07.09.2024).

21. Про ліцензування видів господарської діяльності : Закон України від 02.07.2015 р. № 580-VIII. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/222-19> (дата звернення: 08.08.2024).

22. Про основні засади державного нагляду (контролю) у

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

сфері господарської діяльності : Закон України від 05.07.2004 р. № 877-V. Дата оновлення: 30.06.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/877-16#Text> (дата звернення: 15.08.2024).

23. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні : Закон України від 22.03.2012 р. № 4618-VI. Дата оновлення: 03.09.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 15.08.2024).

24. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю : Закон України від 06.02.2018 р. № 2275- VIII. Дата оновлення: 08.03.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text> (дата звернення: 12.08.2024).

25. Савіна Н. Б., Костюкевич А. М. Основи підприємництва та маркетингу : навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2013. 210 с.

26. Ткач Є. В., Ткач С. В. Фінансування підприємств малого бізнесу в сучасних умовах. *Фінансові інструменти сталого розвитку економіки* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (14 квітня 2021 р.). Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2021. С. 318–320.

27. Управління персоналом : підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. / О. М. Шубалий, Н. Т. Рудь, А. І. Гордійчук, І. В. Шубала, М. І. Дзямучич, О. А. Хілуха, П. М. Косінський ; за заг. ред. О. М. Шубалого. Луцьк : НТУ, 2023. 414 с.

28. Цивільний кодекс України : Закон України від 16.01.2003 р. № 435-IV. Дата оновлення: 01.01.2022. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення: 08.08.2024).

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Навчальне видання

*Костюкевич Аліна Миколаївна
Кроль Віта Вікторівна*

ОРГАНІЗАЦІЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Навчальний посібник

Технічний редактор

Галина Сімчук

*Видавець і виготовлювач
Національний університет
водного господарства та природокористування
вул. Соборна, 11, м. Рівне, 33028.*

*Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до
державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів
видавничої продукції РВ № 31 від 26.04.2005 р.*