

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ПЛЕТОС С.В.

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ

Конспект лекцій

Одеса
Одеський державний екологічний університет
2021

УДК 334.72

П 38

Плетос С.В.

Підприємницька діяльність: конспект лекцій. Одеса: ОДЕКУ, 2021.
121 с.

ISBN 978-966-186-168-7

Конспект лекцій «Підприємницька діяльність» спрямований на формування комплексу знань, практичних навичок і вмінь студентів щодо з'ясування сутності, значення, правового забезпечення, організаційної форми і типології підприємництва, його середовища та передумов активізації в Україні, засвоєння особливостей функціонування бізнесу в різних сферах господарської діяльності, регулювання його діяльності, а також з'ясування механізму державної підтримки й оподаткування підприємництва.

Конспект лекцій призначений для студентів рівня вищої освіти «бакалавр», спеціальності 122 «Комп'ютерні науки».

УДК 334.72

*Рекомендовано методичною радою Одеського державного
екологічного університету Міністерства освіти і науки України
як конспект лекцій (протокол № 3 від 28.10.2021 р.)*

ISBN 978-966-186-168-7

© Плетос С.В., 2021
© Одеський державний екологічний університет, 2021

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	4
РОЗДІЛ 1 Вступ до підприємництва.....	6
ТЕМА 1 Об'єктивні основи виникнення і розвитку підприємництва	6
ТЕМА 2 Сутність та функції підприємництва в ринковій економіці	21
ТЕМА 3 Економічна свобода підприємництва	26
ТЕМА 4 Конкуренція як засіб реалізації підприємництва	32
ТЕМА 5 Мотивація підприємницької діяльності.....	42
ТЕМА 6 Правовий статус підприємця.....	50
РОЗДІЛ 2 Організаційно-правові форми підприємництва... ..	58
ТЕМА 7 Етика підприємництва та соціальна відповідальність у бізнесі	58
ТЕМА 8 Види та сфери підприємницької діяльності	63
ТЕМА 9 Форми організації підприємництва	70
ТЕМА 10 Підприємство як організаційна структура підприємництва.....	76
ТЕМА 11 Мале підприємництво в Україні	83
РОЗДІЛ 3 Організація та економіка підприємництва... ..	91
ТЕМА 12 Підприємницькі ризики: сутність, функції, класифікація та джерела виникнення	91
ТЕМА 13 Організація підприємницької діяльності.....	95
ТЕМА 14 Технологія створення власної справи.....	100
ТЕМА 15 Фінансово-кредитна система України	108
Перелік літератури.....	119

ПЕРЕДМОВА

«Підприємницька діяльність» як наука вивчає суть і функціонування підприємницької діяльності в умовах ринкових економічних відносин.

Економіка будь-якого суспільства представлена сукупністю різних видів діяльності, направленої на створення матеріальних благ та їх доставляння до споживача. Одним з основних видів людської діяльності в ринковій економіці є підприємницька. За своєю економічною природою підприємницька діяльність – це економічні відносини, що виникають між людьми з приводу організації власної справи, виробництва, їх функціонування з метою отримання прибутку. Підприємництво є однією з головних складових ринкової системи господарювання. На нього покладено розв'язання таких важливих економічних і соціальних завдань, як насичення національного ринку різноманітними благами, розв'язання проблеми зайнятості населення та сприяння становленню середнього класу, розвиток конкуренції, формування господарської культури тощо. Навчальна дисципліна «Підприємницька діяльність» належить до циклу нормативних, науково-природничих дисциплін за фаховим спрямуванням спеціальності 122 «Комп'ютерні науки».

Метою вивчення дисципліни «Підприємницької діяльності» є формування системи базових знань із організації, функціонування та правового регулювання підприємницької діяльності, а відтак формування підприємницького мислення.

Курс спрямовано на ознайомлення з історичними передумовами виникнення підприємництва та з його розвитком у суверенній Україні, з поглядами на підприємництво провідних українських і зарубіжних вчених-економістів, на оволодіння теоретичними навичками з організації та управління власною справою, на вміння використовувати інструментарій менеджменту та маркетингу у підприємницькій діяльності.

Предметом дисципліни є вивчення та дослідження закономірностей організації та розвитку підприємницької діяльності, законів та принципів функціонування підприємств, ролі підприємництва у розвитку економічно-соціального, науково-технічного та інноваційного розвитку країни. Це вивчення комплексної системи підприємницької діяльності і способів досягнення успіхів у підприємстві як альтернатива "тінізації" економіки і збереження інтелектуального потенціалу та виходу економіки України з тривалого кризового стану.

Для досягнення поставленої мети у дисципліні поставлені такі основні **завдання**:

– з'ясувати місце дисципліни у навчальному процесі, розкрити її основну мету та визначити основні категорії підприємництва; – дати чітке уявлення про загальнотеоретичні засади підприємництва; – ознайомити із сучасним станом розвитку підприємництва та його проблемами;

– сформувати у студентів цілісне бачення проблем підприємницької діяльності; – озброїти студентів навичками і вміннями, необхідними для організації власної справи.

Дисципліна “Підприємницька діяльність” тісно пов’язана з такими навчальними курсами, як “Економічна теорія”, “Економіка підприємства” “Менеджмент”, “Маркетинг” та ін.

У процесі засвоєння змісту цієї дисципліни студенти мають знати:

– сутність підприємництва; - основи виникнення і розвитку підприємництва; – механізм втілення підприємницької ідеї; - технологію заснування власної справи; – організацію бізнесу; - рушійні сили, умови та принципи підприємницької діяльності; - закони функціонування ринку і поведінки товаровиробників; - сутність, форми та методи конкурентної боротьби; - сутність і структуру економічної власності; – державне регулювання підприємництва.

Вони також повинні вміти:

- використовувати базові знання з підприємництва, торгівлі і біржової діяльності й уміння критичного мислення, аналізу та синтезу в професійних цілях; – застосовувати набуті знання для виявлення, постановки та вирішення завдань за різних практичних ситуацій в підприємницькій, торговельній та біржовій діяльності; – працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей; – демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати;

– демонструвати здатність діяти соціально - відповідально на основі етичних, культурних, наукових цінностей і досягнень суспільства;

– демонструвати базові й структуровані знання у сфері підприємництва, торгівлі та біржової діяльності для подальшого використання на практиці; – визначати та класифікувати фактори середовища підприємництва; – проводити аналіз впливу конкуренції на підприємницьку діяльність; – складати установчі документи підприємства; – проводити державну реєстрацію підприємства.

Крім викладення теоретичного матеріалу, в конспекті лекцій запропоновані завдання для самоперевірки ступеню засвоєння навчального матеріалу та представлено додаткові джерела інформації задля більш поглибленого вивчення навчальної дисципліни.

Пропонований конспект лекцій укладено відповідно до силлабусу навчальної дисципліни «Підприємницька діяльність». Автором-укладачем використаний власний досвід викладання цієї дисципліни і новітні науково-теоретичні та навчально-методичні фахові дослідження у галузі підприємництва, зокрема Р. Кантільона, А. Сміта, А. Маршалла, Й. Шумпетера та ін. В основу представленого конспекту лекцій покладено матеріали навчальних посібників Варналій З.С., Бойчук І. М. Мочерного В.М., а також відповідного підручника Гаєвської Л. М. та Панченко С. В.

РОЗДІЛ 1 ВСТУП ДО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Тема 1 Об'єктивні основи виникнення і розвитку підприємництва

- 1.1 Економіко-теоретичні знання і підприємництво
- 1.2 Еволюція економічних систем. Натуральне і товарне виробництво
- 1.3 Економічна основа підприємництва. Власність та її види
- 1.4 Ринок та його структура. Інфраструктура ринку
- 1.5 Попит і пропозиція на ринку. Ринкова рівновага

1.1 Економіко-теоретичні знання і підприємництво

Для організації власної справи та здійснення підприємницької діяльності потрібні знання. Передусім мова йде про економічну теорію, менеджмент та маркетинг, які є відповідним підґрунтям для ефективного функціонування власного бізнесу. Курс "Економічна теорія" дає змогу зрозуміти макроекономічне середовище, безпосередню практику ринкової організації виробництва. Це наука про саморегуляцію економіки на основі економічної свободи її учасників.

Економіка – (мистецтво ведення домашнього господарства) 1) господарство певної країни, а також його складові (підприємства, галузі виробництва) або міжнародна економіка; 2) явища економічних відносин між людьми з приводу виробництва, розподілу, обміну і споживання матеріальних благ та послуг.

Економічна наука – сфера розумової діяльності людини, функцією якої є пізнання та систематизація об'єктивних знань про закони і принципи розвитку реальної економічної дійсності.

Економічна теорія – наука, що розглядає наступні аспекти:

- 1) проблеми вибору ресурсів та економічної поведінки людини;
- 2) шляхи ефективного використання обмежених виробничих ресурсів чи управління ними з метою досягнення максимального задоволення життєвих потреб людей і суспільства;
- 3) відносини, що виникають між людьми в процесі господарювання.

Економічна теорія в широкому розумінні включає такі розділи: основи економічної теорії (політекономія); мікроекономіка, мезоекономіка, макроекономіка, мегаекономіка

Мікроекономіка вивчає економічні процеси і поведінку економічних суб'єктів первинної ланки: домогосподарств, підприємств, фірм. Вона виходить з проблеми пошуку шляхів ефективного використання обмежених ресурсів окремих економічних суб'єктів та аналізує проблеми

функціонування окремих ринків товарів та послуг, фактори формування ринкових цін, та ставить за мету знаходження факторів мінімізації витрат та максимізації прибутку фірм, працюючих в умовах різних типів ринкових структур.

Макроекономіка – це наука про розвиток економічної системи країни в цілому. Вона вивчає агреговану поведінку всіх суб'єктів національної економічної системи, вплив на її розвиток економічної політики держави, досліджує такі значимі для кожної людини проблеми, як інфляція і безробіття, економічне зростання та його вплив на добробут населення, оподаткування і формування ставки банківського відсотку, причини дефіциту бюджету, його наслідки та пошук способів його покриття, коливання валютних курсів та багато інших проблем.

Мезоекономіка ("мезо" – означає проміжний, посередині). Її розвиток викликаний тим, що в сучасній економіці господарської самостійності набувають регіони, посилюється роль галузей і підгалузей народного господарства, широко розвиваються різні форми господарських об'єднань та мережевих структур. Тому мезоекономіка стала основою для розвитку галузевих і регіональних економік і вивчає закономірності розвитку окремих регіонів країни, окремі галузі й підсистеми національної економіки

Мегаекономіка вивчає закономірності функціонування і розвитку світової економіки в цілому, тобто на глобальному планетарному рівні. Кожна з цих складових економічної науки розвивається у нерозривному та органічному взаємозв'язку, що забезпечує зростання її ролі у розвитку суспільства.

Загальна економічна теорія не є механічною сумою її складових. Усі її частини перебувають у нерозривній єдності та органічному взаємозв'язку, що забезпечує цілісне сприйняття економіки як самодостатньої і динамічної системи, яка функціонує на національному і загальносвітовому рівнях.

1.2 Еволюція економічних систем. Натуральне і товарне виробництво

Економічна система - сукупність економічних відносин між людьми, що складаються з приводу виробництва, розподілу, обміну та споживання матеріальних благ, спрямовані на регулювання економічної діяльності відповідно до мети суспільства. Вирішує три проблеми: що, як і для кого виробляти? Основними ланками (підсистемами) економічної системи є: продуктивні сили (засоби виробництва плюс робоча сила); виробничі відносини (відносини власності); господарський механізм (сукупність різних форм і методів управління господарською діяльністю на макрорівні).

Моделі економічних систем:

1. Ринкова. Характерні риси: різноманітні форми власності при домінуванні приватної; панування товарно-грошових відносин; свобода підприємництва; конкурентний механізм господарювання; матеріальне стимулювання; вільне ціноутворення, що ґрунтується на взаємодії попиту і пропозиції; держава не втручається в перебіг економічних подій.

2. Адміністративно – командна. Характерні риси: монополія державної власності; відсутність конкуренції; директивне планування; неринкові господарські зв'язки; зрівняльний характер розподілу; хронічний дефіцит товарів і послуг; централізований розподіл всіх видів ресурсів та результатів виробництва.

3. Перехідна економіка – це особливий стан економічної системи на етапі її становлення (від еволюції до зрілого урівноваженого стану) і реформування (від еволюції до нової економічної системи, до нового урівноваженого стану). При цьому про перехідну економіку можна говорити, спираючись на різні класифікації економічних систем, тому що перехідна економіка – це проміжний стан економіки, період перетворення, трансформації.

4. Змішана. Характерні риси: різноманітність форм власності та господарювання; пріоритет приватної власності; конкурентний механізм; урядовий вплив на економіку; застосування менеджменту та маркетингу; посилення соціальної спрямованості розвитку економіки.

5. Традиційна – має місце в слаборозвинених країнах. Її риси: багатокладність економіки; значна частка натурального господарства; відстала техніка; бідність населення; визначальний вплив на господарське життя мають традиції, звичаї та культурні цінності.

Форма суспільного виробництва – певний спосіб організації господарської діяльності: натуральне і товарне.

Товарне виробництво – тип господарювання, при якому продукти праці виробляються відокремленими господарюючими суб'єктами не для власних, а для суспільних потреб, які визначаються ринком. Причини виникнення товарного виробництва:

1) *суспільний поділ праці* – об'єктивна основа необхідності обміну результатами діяльності виробників, спеціалізація виробників на виготовленні продуктів або за певними видами діяльності;

2) *економічна відокремленість виробників* – самостійність виробників, які вирішують що, де і як виробляти і на яких умовах здійснювати обмін.

Основні риси товарного виробництва: - відкрита економічна форма господарства; - між виробниками складаються опосередковані зв'язки, тобто через обмін продуктами своєї праці як товарами; -товаровиробники економічно вільні у виборі товарів і партнерів; - функціонує на засадах

властивих йому економічних законів (закону вартості, попиту і пропозиції, конкуренції, грошового обігу).

Типи товарного виробництва:

1) *просте товарне виробництво* – дрібне виробництво індивідуальних самостійних ремісників, селян, що працюють на ринок;

2) *розвинуте товарне виробництво (підприємницьке)* – засноване на великій приватній власності.

Особливості простого товарного виробництва: базується на особистій праці виробника і приватній власності на засоби виробництва; розміри підприємств і обсяг вироблених товарів незначні; суспільний характер виробництва виявляється через взаємні зв'язки між товаровиробниками; має обмежений характер, оскільки частина продуктів йде на задоволення особистих потреб, а частина - на ринок; кінцева мета – задоволення особистих потреб товаровиробника.

Особливості розвиненого товарного виробництва: базується на найманій праці; великі масштаби виробництва; суспільний характер виробництва виявляється через кооперацію праці; товарні відносини носять загальний характер; мета виробництва – одержання прибутку власниками засобів виробництва.

Товарне виробництво є основою ринкового господарства.

Товар – економічне благо, що задовольняє певну потребу людини і використовується для обміну. Класифікація товарів за різними ознаками:

- 1) *матеріальні* – тривалого використання, короткострокового використання;
- 2) *нематеріальні* (послуги);
- 3) *широкого вжитку*;
- 4) *виробничого використання*.

Властивості товару:

- *споживча вартість* – здатність товару задовольняти будь-яку потребу людини; - *мінова вартість* – певне кількісне співвідношення (пропорції), в якій споживчі вартості одного роду обмінюються на споживчі вартості іншого роду. - *вартість* – втілена в товарі суспільна праця виробника.

Корисність – поняття суб'єктивне, індивідуальне для кожної людини; показує ступінь задоволення, яку отримує конкретна людина від споживання того чи іншого товару або послуги.

1.3 Економічна основа підприємництва. Власність та її види

Історія не знає прикладів переходу до ринкової економіки без опори на приватну власність. Відомо, що такі форми власності, як групова, колективна, кооперативна, акціонерна, пайова, історично виникли як результат розвитку приватної власності: вони вийшли з неї і прийшли їй на зміну. Те саме можна сказати і про державну власність. Ця форма покликана коригувати розвиток приватної власності, усувати властиві їй

суперечності, а в разі потреби через денаціоналізацію знову повертатись у приватну власність. Отже, *економічною основою підприємництва є приватна власність*. У системі підприємництва вся власність належить окремим громадянам чи компаніям.

Власність - це відносини, які формуються між суб'єктами власності з приводу привласнення засобів виробництва і результатів праці.

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

Привласнення власності - це економічний процес, спосіб перетворення корисних властивостей предметів та явищ на реальні умови життєдіяльності людей. Складовими привласнення є відносини володіння, розпорядження та користування.

Володіння - це відносини фактичного панування суб'єкта над об'єктом власності. *Розпорядження* - фактичне здійснення влади власника над об'єктом власності, фактичне управління нею. *Користування* - це процес фактичного вилучення корисних властивостей об'єкта власності для задоволення конкретних потреб.

Власність - складна і багатогранна категорія, яка виражає всю сукупність суспільних відносин: економічних, соціальних, правових, політичних, національних, морально-етичних, релігійних тощо. Вона займає центральне місце в економічній системі, оскільки зумовлює спосіб поєднання робітника із засобами виробництва, мету функціонування і розвитку економічної системи, визначає соціальну і політичну структуру суспільства, характер стимулів трудової діяльності і спосіб розподілу результатів праці. Виражаючи найглибинніші зв'язки і взаємозалежності, власність, таким чином, розкриває сутність соціально-економічного буття суспільства.

Спочатку власність розглядалась як відношення людини до речі, тобто як фізична наявність цієї речі у людини і можливість її використання. Однак із розвитком суспільства та накопиченням наукових знань уявлення про власність змінювалось, ставало обсяговішим і змістовнішим. Речі самі по собі не власність, так само як золото чи срібло за своєю природою не є грошима. Вони перетворилися в гроші лише за певних економічних відносин. Це стосується і власності. Головною її характеристикою є не річ і не відношення людей до речей, а те, *ким і як* привласнюється річ, як таке привласнення зачіпає інтереси інших людей. *Певна річ стає власністю, тобто економічною категорією, лише тоді, коли з приводу її привласнення люди вступають між собою в певні економічні відносини*. Відповідно, власність виражає відносини між людьми з приводу привласнення речей. Соціально-економічна сутність власності розкривається і реалізується не в системі зв'язків "людина - річ",

а в площині взаємодії "людина - людина" з приводу привласнення об'єктів власності.

Привласнення - процес, що виникає у результаті поєднання об'єкта і суб'єкта привласнення, тобто це конкретно-суспільний спосіб оволодіння річчю. Воно означає відношення суб'єкта до певних речей як до власних. Привласнення формує і виражає конкретну рису тієї або іншої форми власності та її видів. Відносини привласнення охоплюють всі сфери відтворювального процесу - від виробництва до споживання. Вихідним моментом привласнення є сфера виробництва. Саме тут створюється об'єкт власності і його вартість. Кому належать засоби виробництва, той і привласнює результат виробництва. Після цього процес привласнення продовжується через сфери розподілу і обміну, які виступають як вторинна і третинна форми привласнення. Головним об'єктом привласнення в економічній системі, який визначає її соціально-економічну форму, цілі й інтереси є - *привласнення засобів виробництва і його результатів*.

Власність - це сукупність відносин між суб'єктами господарювання з приводу привласнення засобів виробництва та його результатів. Категорія «**привласнення**» породжує свій антипод – категорію «**відчуження**».

Відчуження - це позбавлення суб'єкта права на володіння, користування і розпорядження тим чи іншим об'єктом власності. Отже, процес привласнення і відчуження - це дві діалектичні сторони сутності відносин власності. Суперечність в системі "привласнення - відчуження" є внутрішнім джерелом саморозвитку відносин власності.

Відносини власності утворюють певну систему, що містить у собі три види відносин: - *відносини з приводу привласнення об'єктів власності*;
- *відносини з приводу економічних форм реалізації об'єктів власності (тобто одержання від них доходу)*; - *відносини з приводу господарського використання об'єктів власності*.

Відносини власності виявляються через **суб'єкти** та **об'єкти** власності.

Об'єкти власності - це все те, що можна привласнити чи відчужити:

- засоби виробництва в усіх галузях національного господарства;
- нерухомість (будинки і споруди, відокремлені водні об'єкти, багаторічні насадження тощо);
- природні ресурси (земля, її надра, ліси, води тощо);
- предмети особистого споживання та домашнього вжитку;
- гроші, цінні папери, дорогоцінні метали та вироби з них;
- інтелектуальна власність, тобто духовно-інтелектуальні, інформаційні ресурси та продукти (твори літератури і мистецтва, досягнення науки і техніки, відкриття винаходи, ноу-хау, інформація,

комп'ютерні програми, технології тощо); - культурні та історичні цінності;
- робоча сила.

Суб'єкти власності - це персоніфіковані носії відносин власності:

- окрема особа (індивідуум) - людина як носій майнових і немайнових прав та обов'язків;

- юридичні особи - організації, підприємства, установи, об'єднання осіб усіх організаційно-правових форм;

- держава в особі органів державного управління, муніципалітети (органи місцевого управління та самоврядування); декілька держав.

Власність має і правовий аспект, виступаючи як юридична категорія. Юридичний аспект власності реалізується через **право власності**.

Право власності - це сукупність узаконених державою прав та норм економічних взаємовідносин фізичних і юридичних осіб, які складаються між ними з приводу привласнення й використання об'єктів власності.

Право власності визначається ще з часів римського права трьома основними правочинностями - володіння, користування і розпорядження. Це так звана тріада власності.

Відповідно, повна реалізація прав власності можлива лише за наявності і взаємозв'язку відносин володіння, користування й розпорядження. Суб'єкти, які тимчасово отримують право на володіння і користування чужою власністю (наприклад, орендар) без права на розпорядження, не є повними власниками.

У сучасній економічній науці й господарській практиці розвинутих країн Заходу застосовується ширша і більш деталізована система прав власності. Так, англійським юристом представником інституціоналізму А. Оноре запропонована система прав власності, яка складається з **10 елементів**.

1. Право володіння. 2. Право користування. 3. Право управління. 4. Право на дохід (право на володіння результатами використання благ). 5. Право на капітальну вартість (право на використання, відчуження, зміну чи знищення блага). 6. Право на безпеку (право на захист від експропріації або від пошкодження в навколишньому середовищі). 7. Право на передачу благ у спадок. 8. Право на безстроковість володіння благом. 9. Заборона на використання шкідливим способом. 10. Право на відповідальність (можливість стягнення блага на сплату боргу).

Отже, між власністю як економічною і як юридичною категоріями є тісний взаємозв'язок. Власність як *економічна категорія* виражає відносини між людьми з приводу привласнення об'єктів власності й перш за все засобів виробництва та його результатів.

Власність як *юридична категорія* відображає законодавче закріплення економічних відносин між фізичними і юридичними особами з приводу володіння, користування й розпорядження об'єктами власності

через систему юридичних законів і норм. Таким чином, власність характеризує діалектичний взаємозв'язок економічних та юридичних відносин, у якому економічні відносини власності є первинними, базисними, а юридичні - вторинними, похідними, оскільки зумовлюються економічними відносинами.

Приватна власність - це такий тип власності, коли виключне право на володіння, користування і розпорядження об'єктом власності та отримання доходу належить приватній (фізичній чи юридичній) особі. Приватний тип власності виступає як сукупність *індивідуально-трудової, сімейної, індивідуальної з використанням найманої праці, партнерської і корпоративної форм власності*.

Приватна власність в усіх її формах є потужним фактором розвитку суспільства, оскільки стимулює у власника підприємницьку ініціативу, інтерес до збільшення особистого, а отже, й суспільного багатства, надає йому економічну свободу вибору, певний статус у суспільстві, самоповагу, право успадкування, утверджує реальну майнову відповідальність тощо.

Індивідуально – трудова власність характеризується тим, що фізична особа в підприємницькій діяльності одночасно використовує власні засоби виробництва і свою робочу силу. Якщо в господарстві використовується праця членів сім'ї, така власність має вигляд сімейної трудової власності (наприклад, фермерське сімейне господарство). Індивідуальний приватний власник може використовувати в господарстві й працю найманого робітника (постійно чи на сезонних роботах).

Партнерська власність є об'єднанням капіталів або майна кількох фізичних чи юридичних осіб. З метою здійснення спільної підприємницької діяльності кожний учасник партнерського підприємства зберігає свою частку внесеного ним капіталу чи майна у партнерській власності.

Корпоративна (акціонерна) власність - це капітал утворений завдяки випуску і продажу акцій. Об'єктом власності акціонерного товариства, крім капіталу, створеного за рахунок продажу акцій, є також інше майно, придбане в результаті господарської діяльності.

Закон України «Про власність» від 1994 року декларує 4 форми власності в Україні:

- індивідуальна (особиста і приватна);
- колективна;
- державна;
- власність іноземних держав, спільних підприємств, іноземних громадян; власність іноземних юридичних осіб; власність іноземних держав та міжнародних організацій для здійснення дипломатичних місій.

Роздержавлення це поняття, що відображає цілий комплекс відносин щодо передачі державної власності в інші форми. Для ефективного роздержавлення повинні бути вирішені такі проблеми:

-подолання соціально-економічної монополії держави; -забезпечення альтернативності трудових відносин замість безальтернативного державного найму; -перехід до багатоканальних формувань економічного регулювання; -утворення соціальних гарантій і соціального захисту трудящих.

Приватизація це лише етап роздержавлення, який передбачає передання працівникам символу власності на частину засобів виробництва або продаж їх у приватну власність.

Роздержавлення може проходити такими шляхами: -передача державних підприємств у власність колективу; -розподіл державної власності чи певної її частини між усіма членами суспільства; -продаж державного майна громадянам і недержавним юридичним особам.

Способи приватизації:

1) викуп об'єктів малої приватизації це спосіб, за яким власником об'єкта стає товариство покупців, створене його працівниками. Цей спосіб приватизації не передбачає конкуренції серед працівників;

2) викуп державного майна підприємства згідно з альтернативним планом продукції це спосіб приватизації, за яким власником об'єкту стає товариство покупців, яке запропонувало план, альтернативний тому, який розробила комісія з приватизації;

3) викуп державного майна, зданого в оренду, це спосіб, за яким власником майна стає орендар відповідно до договору оренди;

4) продаж на аукціоні та за контрактом (конкурсом) це спосіб, за яким власником майна стає покупець, який на аукціоні запропонував максимальну ціну або на конкурсі найкращі умови для подальшої експлуатації об'єкта, а за рівних умов найбільшу ціну;

5) продаж акцій відкритих акціонерних товариств це спосіб, за яким власниками акцій державних підприємств, перетворених на ВАТ на конкурсних засадах, стають ті покупці, які запропонували найбільшу ціну за найбільшу кількість акцій після реалізації частини їх на пільгових умовах.

Приватна власність об'єктивно сприяє збереженню ресурсів. Те, як ми поведимося з власністю, безпосередньо залежить від прав, які має на неї власник, а саме: вирішувати, як використовувати свою власність; передавати чи продавати свою власність; користуватися доходами й іншими вигодами, які дає його власність.

Маючи приватну власність, кожен може користуватись цими правами. Отже, слід захищати свою власність і дбати про неї. Такі дії найбільше відповідають інтересам людей, оскільки власність визначає добробут. **Власність** - це багатство. Коли власність втрачає свою вартість,

її власник втрачає частину свого багатства. Право приватного володіння власністю змушує нас працювати більше і продуктивніше, що в свою чергу веде до економічного зростання. Таким чином, приватна власність виступає економічною основою підприємництва і розкриває простір для його функціонування і розвитку.

1.4 Ринок та його структура. Інфраструктура ринку

Термін «ринкова економіка» останнім часом активно застосовується в нашій країні для характеристики тієї моделі господарювання, до якої нас мають привести радикальні зміни. Ключовим елементом конструкції «ринкова економіка» виступає ринок.

Ринок - сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами економічної системи (виробниками і споживачами, продавцями і покупцями) з приводу обміну результатами і факторами виробництва, це відпрацьований механізм об'єктивної координації покупців і продавців.

Умови розвитку та ефективного функціонування ринку:

- наявність множини форм власності (в т.ч. приватної); їх рівність перед законом і однакова захищеність; свобода підприємництва; свобода власника ресурсів розпоряджатися ними, а споживача – власника грошей купувати необхідні йому товари (послуги); комерційний характер їхньої взаємодії; конкуренція; розвинута структура та інфраструктура; формування цін на основі попиту і пропозиції; створення надійної та ефективної системи правового захисту ринку.

У формуванні ринку виділяють наступні **етапи**:

- класичний вільний ринок (до середини XIX ст.), в якому держава не втручалася в економіку, лише стежила за тим, щоб усі, хто має самостійне джерело доходів, ретельно сплачували податки до державної казни;

- регульований ринок (середина XIX – 50-ті роки XX ст.) характеризувався втручанням держави в економічне життя суспільства з метою обмеження свавілля монополій та захисту конкурентного середовища;

- соціально орієнтований ринок, у якому, крім механізмів регулювання, держава бере на себе виконання функції соціального захисту населення.

Функції ринку:

1) Регулююча – регулює всі економічні процеси – виробництво, обмін, розподіл та споживання, визначаючи пропорції та напрямки розподілу економічних ресурсів на мікро - та макрорівні за рахунок розширення або звуження попиту та пропозиції.

2) Розподільча - доходи виробників і споживачів диференціюються через ціни, зумовлюючи соціальне розшарування населення.

3) Інформативна - через ціни надає інформацію виробникові, торговцеві, споживачеві про те, що вигідно виробляти та купувати, а що – ні, скільки чого треба виробляти, на які верстви населення треба орієнтуватися.

4) Інтеграційна - об'єднує і сприяє формуванню єдиного економічного простору як в межах окремої держави, так і в межах світової економіки.

5) Алокаційна - забезпечує виробництво оптимальної комбінації товарів та послуг за допомогою найбільш ефективної комбінації ресурсів.

6) Сануюча – через конкуренцію очищає економічне середовище від неконкурентоспроможних господарств та підтримує найефективніші.

Структура ринку - поділ ринку, класифікують за різними критеріями, найважливішими з яких є наступні:

1) **за економічним призначенням** виділяють: – ринок робочої сили; – фінансовий ринок (ринок позичкових капіталів); – ринок засобів виробництва; – споживчий ринок; – ринок послуг; – ринок технологій;

– ринок духовних благ.

2) **за об'єктами обміну:** а) ринок ресурсів, який набуває форм:

– ринку праці; – ринку капіталу; – ринку землі та нерухомості;

б) товарний ринок, який набуває форм: – ринку споживчих товарів;

– ринку послуг; – ринку науково-технічних розробок та інформації;

в) фінансовий ринок, що набуває форм: – грошового ринку; – ринку цінних паперів; – валютного ринку.

3) **за географічним положенням** розрізняють: – місцевий;

– регіональний; – національний; – світовий.

4) **залежно від умов, в яких діють господарюючі суб'єкти:**

-*вільний ринок* (багато продавців, багато покупців, товари однорідні, вхід та вихід на ринок вільний, інформація доступна);

-*монополізований* (олігополія, монополія: один продавець або їх обмежена кількість, багато покупців, доступ на ринок та до інформації обмежений);

-*монополістична конкуренція* (відносно велика кількість продавців, диференціація товару, вільні вхід на ринок та вихід);

-*регульований* (державна законодавча обмежує економічну свободу окремих господарюючих суб'єктів, формуючи та захищаючи конкурентне середовище).

5) **за галузями** розрізняють: автомобільний, зерновий і тому подібне.

6) **за характером продаж:** оптовий та роздрібний.

7) **стосовно відповідності чинному законодавству:** – легальний (дозволений законом і відкритий для оподаткування); – тіньовий (не зареєстрований, ухиляння від сплати податків).

Інфраструктура ринку - система державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ) і технічних засобів, що

обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їхню ефективну взаємодію (банки, біржі, торгові дома, податкові інспекції, ярмарки, аукціони та ін.). Функції інфраструктури: просування товарів до споживача; забезпечення зворотного зв'язку між виробництвом і споживанням; перерозподіл ресурсів між галузями та всередині них; акумуляція тимчасово вільних грошових коштів та розподіл їх між галузями, підприємцями; регулювання грошового обігу.

Цінні папери - грошові документи, що визначають взаємовідносини між особою, яка випустила ці документи, та їх власником і передбачають виплату доходу у вигляді дивіденду або проценту. До цінних паперів в Україні відносяться: акції, облігації, казначейські зобов'язання, ощадні сертифікати, векселі та приватизаційні цінні папери.

Акція - засвідчує внесення певного паю в статутний фонд акціонерного товариства. Дає право його власникові на одержання прибутку у вигляді дивіденду, на участь в управлінні акціонерним товариством та в розподілі майна при його ліквідації (випускаються іменні, на пред'явника, привілейовані). **Дивіденд** - частина прибутку акціонерного товариства, яка розподіляється серед акціонерів пропорційно їх вкладеному капіталу.

Курс акцій – ціна, за якою акція продається на ринку. Він перебуває у прямій залежності від дивіденду, одержуваного за акцію, і у зворотній залежності від норми позичкового проценту.

Облігація - засвідчує внесення її власником грошових коштів і підтверджує зобов'язання відшкодувати йому номінальну вартість у передбачений строк з виплатою проценту (випускаються внутрішніх державних і місцевих позик, облігації підприємства).

Казначейські зобов'язання - засвідчують внесення їх власником коштів до бюджету та право на отримання фіксованого доходу (випускаються короткострокові - до року, середньострокові - від 1 до 5, довгострокові від - 5 до 10 років).

Ощадний сертифікат - письмове свідоцтво банку про депонування грошових коштів, яке засвідчує право вкладника на отримання після закінчення встановленого строку депозиту і відсотків по ньому.

Приватизаційні цінні папери - приватизаційні майнові сертифікати, житлові чеки та земельні. Це - види державних цінних паперів, що засвідчують право їхнього власника на безоплатне одержання в процесі приватизації частини майна державних підприємств, державного житлового фонду та земельного фонду.

Фондова біржа – організований ринок цінних паперів, що виконує функцію мобілізації грошових засобів для довгострокових інвестицій в економіку та для фінансування державних програм. Є некомерційною організацією, не переслідує мети одержання прибутку, діє на принципі самоокупності, не виплачує доходів від своєї діяльності членам біржі.

Емітентами цінних паперів можуть бути юридичні особи, держава, державні органи, органи місцевої адміністрації, підприємства, іноземні юридичні особи. Інвесторами є громадяни або юридичні особи, які купують від свого імені та за свої власні кошти цінні папери.

Товарна біржа - це асоціація юридичних і фізичних осіб, що здійснює оптові торговельні операції за стандартами, зразками за цінами, що складаються на умовах вільної конкуренції.

Крім зазначених двох бірж існують ще такі їх види, як біржа праці, валютна біржа та фрахтова біржа. Посередниками на біржах виступають брокери і дилери.

1.5 Попит і пропозиція на ринку. Ринкова рівновага

Головне питання економічної теорії полягає у з'ясуванні закономірностей, причин і факторів, що визначають ринкову ціну товару.

Попит – кількість товару (послуг), яку бажають і спроможні (платоспроможний попит) купити споживачі за певну ціну в одиницю часу.

Закон попиту. Обсяг попиту знаходиться в оберненій залежності від зміни рівня ціни при сталості усіх інших чинників. Чим вища ціна товару, тим менше на нього попит, і навпаки. Про дію цього закону свідчить, по-перше, те, що низькі ціни посилюють у споживача бажання купувати товари, практика розпродажу товарів за зниженими цінами.

По-друге, оскільки споживання підлягає дії принципу знижувальної граничної корисності (покупець товару отримує менше задоволення або корисності від кожної наступної одиниці продукції), то споживачі купують додаткові одиниці продукту лише за умови, що його ціна знижується.

По-третє, підтвердженням цього є ефект доходу та ефект заміщення.

Графічне зображення даної функції називають кривою попиту (лінія D), де (Q) - обсяг попиту, (P) рівень цін. (Рис.1.1). Попит – функція від ціни. $Q = f(P)$.

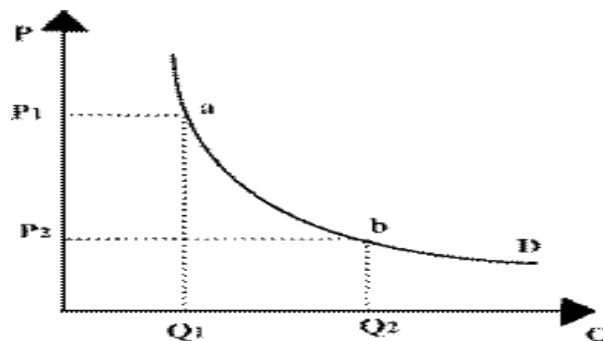


Рисунок 1.1 - Графічне зображення закону попиту

Нецінові чинники (фактори), що впливають на зміну в попиті:

- величина доходів; - ціни на взаємодоповнюючі (товар – комплімент) та взаємозамінні (товар – субститут); - індивідуальні смаки (мода); - очікування споживачів; - кліматичні умови.

Пропозиція – кількість товару, яку продавці готові продати за певну ціну в одиницю часу. **Закон пропозиції**. Обсяг пропозиції прямо залежить від зміни рівня ціни при незмінності усіх інших факторів. Чим вище ціна, тим більша пропозиція, і навпаки. Графічне зображення даної функції називають кривою пропозиції (лінія S), де (Q) - обсяг пропозиції, (P)-рівень цін. (Рис. 1.2). Пропозиція – функція від ціни. $(Q) = f(P)$.

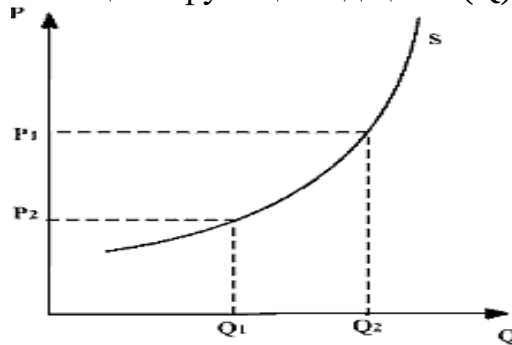


Рисунок 1.2 - Графічне зображення закону пропозиції

Фактори, що впливають на зміну в пропозиції:

- зміна цін на ресурси; - технологія; податки і дотації;
- зміна мети виробництва; - очікування виробників.

Зміни в пропозиції, зумовлені неціновими чинниками, змінюють положення кривої попиту, зсуваючи її праворуч або ліворуч. Рух по кривій (S) відображає зміну обсягу попиту під впливом ціни.

Рівноважна ціна – ціна, при якій інтереси покупців і продавців задовольняються, балансуються. **Рівноважна ціна** – ціна, за якої внаслідок дії конкурентних сил продавці пропонують стільки товарів, скільки покупці готові їх купити. Якщо ціна підніметься вище рівноважного рівня, то на ринку відбудуться такі зміни: обсяг попиту зменшиться, а пропозиція зросте. Утвориться надлишок товару. Якщо ціна опуститься нижче рівноважного рівня, то попит зросте, а пропозиція зменшиться, що призведе до дефіциту товарів на ринку. (Рис. 1.3). Для відновлення рівноваги в першому випадку ціна повинна знизитись, а у другому випадку – зрости і повернутися до рівноважного рівня.

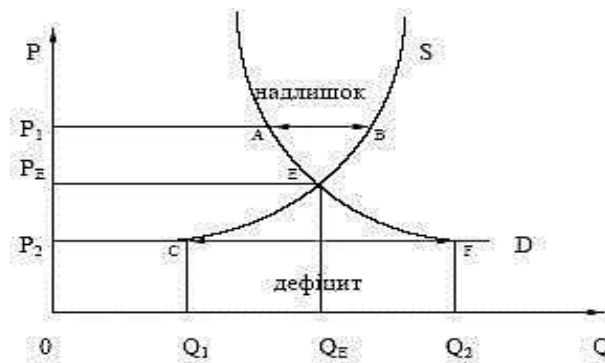


Рисунок 1.3 - Графічне зображення рівноважної ціни

Цінова еластичність попиту і пропозиції показує міру залежності попиту чи пропозиції від ціни, відображає ступінь зміни обсягу попиту чи пропозиції під впливом зміни ціни. Ступінь цінової еластичності попиту чи пропозиції визначається коефіцієнтом еластичності – відношення відсоткової зміни величини попиту (пропозиції) до відсоткової зміни ціни. $E_{d,s}$ = зміна величини попиту (пропозиції), зміна ціни.

Якщо $E_{d,s} > 1$ - попит чи пропозиція є еластичними, тобто, зміна ціни на 1 % викликає зміну обсягу попиту (пропозиції), яка перевищує 1 %. Якщо $E_{d,s} < 1$ - попит чи пропозиція є нееластичними, коли зміна ціни на 1 % зумовлює зміну обсягу попиту (пропозиції) меншою мірою.

Фактори, що впливають на цінову еластичність попиту:

- наявність і доступність товарів – субститутів; значимість товарів – компліментів у загальній структурі споживання; кількість замінників товару; фактор часу.

Запитання для самоконтролю

1. Економіко-теоретичні знання і підприємництво?
2. Економіка, бізнес, менеджмент, маркетинг – практична основа вивчення сучасної організації підприємницької діяльності?
3. У чому полягає сутність поняття "економіка" та її складові? Що є рушійною силою економіки?
4. Організація суспільного виробництва. Еволюція економічних систем. Перехід від натурального господарства до товарного виробництва.
5. Умови виникнення та типи товарного виробництва. Товар та його властивості.
6. Що таке власність? Які існують форми власності в Україні?
7. Чому підприємницька діяльність є атрибутом ринкової економіки?
8. Ринок та його структура. Основні елементи ринкової економіки. Інститути ринкової інфраструктури.

ТЕМА 2 Сутність та функції підприємництва в ринковій економіці

- 2.1 Історичний розвиток поняття "підприємництво".
- 2.2 Основні функції підприємництва.
- 2.3 Маркетинг та менеджмент у підприємницькій діяльності.

2.1 Історичний розвиток поняття "підприємництво"

Перші спроби систематичного теоретичного осмислення підприємництва беруть свій початок із XVII ст., хоча співтовариства підприємств, які склалися з ремісників, купців, лихварів, з'явилися значно раніше.

Первісне поняття "**підприємець**" (фр. *entrepreneur*) до наукового обігу ввів англійський економіст *Річард Кантільон*, який зробив систематизований аналіз підприємництва. Він визначав підприємця як людину, яка за певну ціну купує засоби виробництва, аби виробити продукцію і продати її з метою одержання доходів, і яка, беручи на себе зобов'язання з витрат, не знає, за якими цінами може бути здійснена реалізація. До підприємців він зараховував людей з нефіксованими прибутками (ремісників, купців, селян та ін.), тобто тих, хто був зайнятий економічною діяльністю в умовах нестабільності та непередбаченості цін. Тому головною рисою підприємця Кантільон і вважав готовність до ризику.

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

Адам Сміт перебував під сильним впливом Річарда Кантільона і фізіократів. Він багато говорив про роботодавців, майстрів, купців і підприємців, але не приділяв уваги бізнесменам, які відігравали, на диво, незначну роль у його аналізі економічних процесів, до того ж складається враження, що А.Сміт вважав ці процеси такими, що само-ініціюються та само-підтримуються. Адам Сміт відрізнявся схильністю до переоцінки значення праці і недооцінки бізнесу, в межах якого здійснювалася праця. Він намагався поставити знак рівності між власниками капіталу та бізнесменами і був твердо переконаний, що за наявності капіталу, праці й сировини бізнес виникає спонтанно. **Підприємець, за висловом 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.**

У XVIII ст. подальше осмислення поняття підприємництва здійснював французький економіст *Жан-Батіст Сей*. Він пов'язував підприємництво з організацією людей у межах виробничої одиниці.

Учений мав власний досвід у сфері бізнесу. Він ставив підприємця у центр процесу виробництва і теорії розподілу, що вплинуло на багатьох теоретиків-економістів. Зокрема, *Ж.-Б. Сей вважав, що підприємець - це економічний агент, який комбінує фактори виробництва (землю, капітал, працю).*

У XIX ст. дослідженням проблем підприємництва займався англійський економіст **Альфред Маршалл**. Він ототожнював підприємництво з менеджментом, тобто з управлінням. У своїй фундаментальній праці "Принципи економікс" (1890 р.) А. Маршалл особливо наголосив на інноваційному моменті та активній ролі самого підприємця в застосуванні нових машин і технологічних процесів.

Апогеем у розробці теорії підприємництва стали праці австро-американського економіста і соціолога **Йозефа Шумпетера**. Його концепція підприємництва ґрунтується на трьох головних засадах:

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

2) підприємництво є універсальною загальноекономічною функцією будь-якої економічної системи й поєднується із виконанням інших видів діяльності (управлінням, науковими розробками, маркетингом і т. ін.) і тому "розсіюється" серед різних спеціалістів. Статус власника не виступає в Шумпетера визначальною рисою підприємця;

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

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

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

1. Виробництво нових благ та поліпшення якості існуючих благ.
2. Впровадження нових способів виробництва.
3. Відкриття й освоєння нових ринків збуту.
4. Використання нових джерел отримання сировини чи напівфабрикатів.

5.Проведення реорганізації в галузі чи створення промислових організацій нового типу.

Узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва і роль підприємця в контексті історичної еволюції, можна констатувати, що це активний суб'єкт пошуку й реалізації нових можливостей у генеруванні та освоєнні новаторських ідей, розробленні нових продуктів і технологій, здійсненні інновацій та оволодінні перспективними факторами економічного розвитку.

2.2 Основні функції підприємництва

Підприємець - це суб'єкт, який поєднує в собі новаторські, комерційні та організаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів і методів виробництва, а також нових благ, якостей та сфер застосування капіталу.

Звідси і **підприємництво** - тип господарської поведінки підприємців з організації розробок виробництва і реалізації благ з метою отримання прибутку і соціального ефекту.

Водночас слід зазначити, що підприємництво - це особливий вид діяльності, і ця особливість характеризується такими ознаками: це самостійна діяльність, діяльність "за свій рахунок". Головне, на чому тримається підприємницька діяльність, це власність підприємця; це ініціативна, творча діяльність. Основою здійснення підприємницької діяльності є власна ініціатива, творчо-пошуковий, інноваційний підхід; це систематична діяльність. Підприємницька діяльність повинна бути постійною, пов'язаною з відтворювальним процесом, і обов'язково офіційно зареєстрованою; це діяльність, яка здійснюється на власний ризик, під власну економічну (майнову) відповідальність.

Метою підприємницької діяльності є одержання прибутку або власного доходу.

Підприємництво - це самостійна, ініціативна, систематична діяльність господарюючих суб'єктів з виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, яка здійснюється на власний ризик з метою одержання прибутку або власного доходу.

Не слід ототожнювати поняття "підприємництво" і "підприємливість".

Підприємливість - це здатність до самостійних, неординарних, нетипових дій господарюючих суб'єктів.

Тому в умовах ринку практично всі люди мають бути підприємливими, але це не означає, що всі повинні і можуть бути підприємцями. Як засвідчує світовий досвід, лише *п'ять-вісім* відсотків населення тієї чи іншої країни є представниками підприємницьких кіл.

Сутність підприємництва більш глибоко розкривається через його основні функції - інноваційну (творчу), ресурсну, організаційну, стимулюючу (мотиваційну) (Рис. 1.4).



Рисунок 1.4 - Основні функції підприємницької діяльності

Інноваційна (творча) функція підприємництва полягає в сприянні генеруванню та реалізації нових комерційних ідей, здійсненню техніко-економічних, наукових розробок, проектів, що пов'язані з господарським ризиком.

Ресурсна функція підприємництва передбачає мобілізацію на добровільних засадах матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів.

Організаційна функція підприємництва полягає в безпосередній організації виробництва, збуту, реклами тощо, зводиться до поєднання ресурсів в оптимальних пропорціях здійснення контролю за їх виконанням.

Стимулююча (мотиваційна) функція підприємництва зводиться до формування стимулюючого (мотиваційного) механізму ефективного використання ресурсів з урахуванням досягнень науки, техніки, управління організації виробництва, а також до максимального задоволення потреб споживача.

2.3 Маркетинг та менеджмент у підприємницькій діяльності

Маркетинг - комплексна система форм та методів господарювання в умовах ринкової економіки, яка охоплює всі стадії руху товарів - вивчення потреб, попиту, виробництва товарів, доведення їх до кінцевого споживача. *Маркетинг* - діяльність, яка спрямована на просування товарів і послуг від виробника до споживача, на задоволення потреб через обмін.

Маркетингове управління передбачає: аналіз можливостей, вибір ринків, розробка комплексу маркетингових заходів, втілення в життя маркетингових заходів.

В залежності від ситуації на ринку застосовуються такі види маркетингу:

- *конверсійний* (в умовах негативного попиту); - *розвиваючий* (коли попит на товари тільки формується); - *ремаркетинг* (якщо попит зменшується в результаті насичення ринку даним товаром);
- *пробний* (реалізація продукту в одному або декількох регіонах);
- *стимулюючий* (коли попит на товари слабкий або зовсім відсутній (на новий виріб, який невідомий покупцям); - *демаркетинг* (коли попит надмірний по відношенню до виробничих можливостей підприємства);
- *протидіючий* (при підвищеному ірраціональному попиті, який необхідно звести до нуля (спиртні напої, тютюн).

Функції маркетингу:

- 1) комплексне дослідження ринку, структури і динаміки попиту;
- 2) планування асортименту товарів і послуг;
- 3) визначення цін (цінова політика);
- 4) реклама і стимулювання збуту;
- 5) управління просуванням товарів і збутом.

Концепції маркетингової діяльності – точки зору, погляди, за якими фірми організовують комерційну та господарську діяльність:

- 1) концепція вдосконалення виробництва;
- 2) концепція вдосконалення товару;
- 3) концепція інтенсифікації комерційних зусиль;
- 4) концепція маркетингу;
- 5) концепція соціально-етичного маркетингу.

Менеджмент – вміння досягати поставлених цілей, використовуючи працю, інтелект мотиви поведінки інших людей. **Менеджмент** – система теоретичних і практичних знань про принципи, методи та форми управління виробництвом з метою підвищення його ефективності та збільшення прибутку. **Менеджери** – прошарок професійних управляючих, головними завданнями яких є координація й організація діяльності колективів на основі врахування економічних закономірностей і законів управління на науковій основі. Принципи менеджменту: -поділ праці, повноваження та відповідальність, -дисципліна, -винагорода персоналу, -скалярний ланцюг (ієрархія управління), -ініціатива, -корпоративний дух, -порядок.

Функції менеджменту – відносно відокремлені напрями управлінської діяльності (трудові процеси в сфері управління), які забезпечують управлінську дію. Функції:

- 1) планування; 2) організація взаємодії; 3) мотивація; 4) контроль;
- 5) координація; 6) регулювання.

Налагодити ефективне функціонування підприємства в ринковій економіці, уникнути кризи та банкрутства можна лише при наявності чіткої, досконалої форми організації господарювання, яка передбачає:

-чітку взаємодію з постачальниками, ринками усіх факторів виробництва, внутрішньофірмової організації виробничого процесу тощо. Це досягається **виробничим менеджментом** підприємства;

-постійну увагу та контроль за бюджетом підприємства, який за умов ринкової економіки відокремлений від державного бюджету. Це досягається **фінансовим менеджментом** підприємства;

-повсякчасне забезпечення діяльності підприємства оптимальною кількістю найманих робітників, що мають відповідні якості й професійну підготовку. Це досягається **менеджментом з персоналу** підприємства;

-поточний і періодичний контроль за станом *ліквідності* (спроможності в будь-який час виконати свої зобов'язання перед будь-яким контрагентом: споживачем, постачальником, банком, бюджетом держави, податковою установою). Це досягається **менеджментом обліку та контролю** підприємства.

Запитання для самоконтролю

1. Історичний розвиток поняття “підприємництво”.
2. Сутність та функції підприємництва.
3. Підприємливість, підприємець, підприємництво: взаємозв'язок і взаємозумовленість понять.
4. Мета підприємницької діяльності. В чому полягає роль підприємницької діяльності у розвитку економіки?
5. Використання психології та права у підприємстві. Законодавча база організації та розвитку підприємництва.
6. Сутність, види та функції маркетингу.
7. Суть, принципи та функції менеджменту.

ТЕМА 3 Економічна свобода підприємництва

- 3.1 Економічна свобода як основна передумова розвитку підприємництва
- 3.2 Рушійні сили підприємництва
- 3.3 Принципи та передумови підприємництва

3.1 Економічна свобода як основна передумова розвитку підприємництва

Економічна свобода на практиці означає право розпочинати або припиняти власну справу, купувати будь-які ресурси, використовувати будь-яку технологію, виробляти будь-яку продукцію і пропонувати її для продажу за будь-якою ціною, вкладати свої кошти на власний розсуд. Слід розуміти, що ці права не забезпечують гарантованого успіху для кожного підприємця. Він може виробляти будь-яку продукцію, встановлювати на неї будь-яку ціну. Проте немає гарантії, що хтось її купить, оскільки споживачі також користуються економічною свободою, тобто свободою особистого вибору, яка не менш важлива, ніж свобода підприємництва. Кожний споживач має право вільно купувати будь-який товар або послугу, пропонувати свої послуги для виконання будь-якої роботи; відмовлятися від будь-якої роботи; використовувати власні ресурси за умови, що не порушує прав інших людей. Ці права свободи також не дають ніяких гарантій, тобто підприємець має право запропонувати свої послуги, але нікого не можна змусити прийняти їх.

Економічні свободи підприємців тісно взаємопов'язані. Коли підприємство в приватному володінні, то зазіхання на свободу підприємництва - це фактично зазіхання на свободу володаря власності. Без економічної свободи не може бути свободи особи.

Підприємцем може бути лише економічно відокремлений, самотійно господарюючий суб'єкт. Економічна свобода неможлива без ринку, так само ринок не може існувати без економічної свободи. Саме ринок через різні механізми функціонування забезпечує реальні умови для економічної свободи підприємця. Іншими словами, ринковий механізм господарювання об'єктивно передбачає свободу господарювання.

Економічна свобода має свої основні принципи, а саме: економічну самотійність, економічну відповідальність, економічну рівноправність.

Економічна самотійність полягає в наявності у підприємців права на власність, права на самотійний вибір форми власності та форми господарювання, самотійне планування своєї фінансово-господарської діяльності, вільне розпорядження прибутком, самотійний вибір ресурсів, постачальників та споживачів виробленої продукції, встановлення різних форм, систем та розмірів оплати праці тощо.

Економічна відповідальність полягає у відповідальності підприємця своїм майном за результати господарювання. Невиконання договірних зобов'язань за терміном та якістю повинно покриватися штрафними санкціями, які включатимуть не лише прямі збитки, а й вигоду, що упущена. За завдані шкоди і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Економічна рівноправність. Йдеться про рівні (однакові) економічні умови для будь-якої господарської діяльності, незалежно від форми власності та форми господарювання. Під рівними економічними умовами маються на увазі єдині ціноутворення, оподаткування, розподіл

прибутку, інвестиційна та кредитна політика, держконтракт тощо. Держава повинна гарантувати всім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права і створювати рівні можливості для доступу до матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних, інформаційних та інших ресурсів. Слід зазначити, що деякі сфери діяльності або організаційні форми мають (або можуть мати) певні пільги. Так, наприклад, певні пільги в оподаткуванні мають суб'єкти малого підприємництва, або підприємства, то здійснюють діяльність з виробництва сільськогосподарської продукції тощо. Саме через ці основні принципи - економічна самостійність, економічна відповідальність та економічна рівноправність - і реалізується в певному обсязі свобода господарської діяльності, яка є основною передумовою розвитку підприємницької діяльності.

3.2 Рушійні сили підприємництва

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

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

Підприємництво - це соціально-економічна і ділова творчість людини. Саме в ній, у самій людині, в її особистій ініціативі, енергії, активності, відповідальності, порядності, винятковій працьовитості закладені рушійні сили підприємництва. Прагнення людини реалізувати

свої ідеї, винаходи, проявити себе, задовольнити своє здорове честолюбство, залишити після себе слід на землі спонукають її до підприємницької діяльності.

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

Прагнення до створення матеріальних та духовних благ, до збільшення багатства також є рушійною силою підприємництва, тому що задовольняє потреби не тільки самого підприємця, а й суспільства. Потреби мають здатність випереджати рівень виробництва. Це пояснюється тим, що розвиток суспільства, а отже, і підприємництва, породжує такі потреби, які не можуть бути задоволеними наявними продуктивними силами. Зростання цих потреб нагтовхується на вузькі рамки можливостей задоволення їх, що зумовлює потребу в нових продуктивних силах (технології, техніці, впровадженні нових професій і т. ін.). Отже, потреби виступають рушійною силою як суспільства в цілому, так і підприємництва зокрема. Важливими рушійними силами підприємництва є також економічний інтерес та економічна конкуренція (Рис. 1.5).



Рисунок 1.5 - Основні рушійні сили розвитку підприємництва

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

Особистий економічний інтерес надзвичайно багатогранний, варіативний, як і потреби, що лежать у його основі. Людина є носієм усіх економічних інтересів - особистого, колективного, суспільного, групового, сімейного і т. ін. Через особистий економічний інтерес можна реалізувати

інтерес сім'ї, колективу, суспільства, ефективно розв'язувати суперечності між ними. Особистий інтерес являє собою усвідомлене відображення об'єктивних економічних відносин у діяльності суб'єктів підприємництва. Ігнорування його є основним гальмом розвитку підприємництва. Реалізувати свій інтерес людина може лише включившись у суспільне виробництво.

Система стимулів - надзвичайно важлива характеристика підприємництва. Очікування винагороди виступає як рушійна сила підприємництва, яка стимулює підприємців виробляти більше, а роботодавців - витрачати ресурси раціонально. Стимули, виконуючи свою роль з обслуговування підприємництва, по-різному впливають на відношення людей до праці. Так, матеріальні стимули спонукають до праці в надії на винагороду, духовні - на суспільне визначення, соціальні - на покращання добробуту. Проте, незважаючи на різні способи впливу на суб'єктів підприємництва, функція в них одна - активізувати підприємницьку діяльність. Саме в умовах підприємництва з'являється можливість створити власну справу, зайнятися тією працею, яка людині подобається, де вона може реалізувати власні ідеї, інтереси, потреби, де праця стає стимулом її діяльності.

Економічна конкуренція - це суперництво, змагання за досягнення найкращих результатів, економічна боротьба між фірмами (підприємцями) за найбільш вигідні умови виробництва та збуту товарів. Економічна конкуренція - це суперництво між підприємцями щодо задоволення власних інтересів, пов'язаних із продажем виробленої продукції, виконанням робіт, наданням послуг одним і тим самим споживачам. У своєму прагненні до задоволення запитів споживачів підприємець реалізує власний економічний інтерес лише вступаючи в змагання за споживача, намагаючись виштовхнути свого суперника зі сфери виробництва. Конкуренція є об'єктивною закономірністю становлення і розвитку підприємництва, важливою передумовою впорядкування цін, а також сприяє витісненню із виробництва неефективних підприємств, раціональному перегрупуванню ресурсів, захищає споживача від диктату виробників.

3.3 Принципи та передумови підприємництва

Принципи підприємництва - це вихідні (первісні) засади, норми, правила, через які реалізується свобода підприємницької діяльності.

Підприємницька діяльність здійснюється на основі таких основних принципів: - вільного вибору видів діяльності, що не заборонені чинним законодавством (окремі види діяльності можуть здійснюватися тільки державними підприємствами й організаціями, а деякі види діяльності можуть здійснюватися лише на підставі спеціального дозволу - ліцензії);

- залучення на добровільних засадах до здійснення підприємницької діяльності майна та коштів юридичних осіб і громадян; - самостійного формування програм діяльності; самостійного вибору постачальників і споживачів вироблюваної продукції; самостійного встановлення цін відповідно до законодавства; - вільного наймання працівників; залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, природних та інших ресурсів, використання яких не заборонене або не обмежене чинним законодавством; - вільного розпорядження прибутком, що залишився після внесення платежів, встановлених чинним законодавством; самостійного здійснення підприємцем- юридичною особою - зовнішньоекономічної діяльності; використання будь-яким підприємцем належної йому частки валютної виручки на власний розсуд. Підприємництво як явище господарського життя завжди розвивається у певному соціально-економічному та історичному середовищі. Саме тому для його безперервного відтворення необхідні чітко визначені передумови. Можна виділити чотири їх групи - правові, економічні, політичні, психологічні.

Правові передумови підприємництва ґрунтуються на законодавстві і нормативних актах, розроблених у країні. Останні мають визначити для усіх учасників ринкових відносин однакові "правила гри", тобто надати однакові права і повну економічну свободу, не допускати втручання органів державного управління в господарську діяльність будь-якого суб'єкта за винятком законодавче обумовлених випадків. Отже, йдеться про те, що підприємці можуть діяти самостійно, вільно в межах закону. Слід мати на увазі, що у сфері бізнесу, крім суворо формалізованих зв'язків, які ґрунтуються на законодавчих актах, існують неформальні відносини між господарськими суб'єктами: довіра, джентльменство, чесність тощо.

Економічні передумови підприємництва полягають у тому, щоб у суспільстві функціонували багато суб'єктні власники. Це сприятиме свободі підприємницької діяльності, можливості на свій страх і ризик приймати рішення стосовно використання майна, продукції, прибутків, вибору господарських контрагентів. Одним із шляхів створення економічних передумов у нашій країні є роздержавлення і приватизація власності, демонополізація господарської діяльності.

Політичні передумови підприємництва полягають у забезпеченні в країні сприятливого політичного клімату для підприємництва. Така політика має надати усім господарюючим суб'єктам гарантії збереження їхньої власності, виключення можливостей націоналізації, експропріації. Владні структури мають захищати всі види власності, у тому числі інтелектуальну (винаходи, новаторство, нові методи організації), а також дбати про сприятливий підприємницький клімат завдяки відповідній податковій, кредитній, митній та іншій політиці.

Психологічні передумови підприємництва полягають у позитивній суспільній думці стосовно підприємницької діяльності, відсутність їх стримує розвиток даного процесу. В цьому плані існує багато проблем, оскільки життя кількох поколінь відбувалося в умовах, які формували негативне ставлення до підприємництва.

Запитання для самоконтролю

1. Економічна свобода як основна передумова розвитку підприємництва.
2. Основні принципи свободи господарювання: економічна самостійність, економічна відповідальність, економічна рівноправність.
3. Рушійні сили підприємництва. Властивості підприємницької діяльності.
4. Принципи організації підприємництва.
5. Які умови потрібні для здійснення підприємницької діяльності?

ТЕМА 4 Конкуренція як засіб реалізації підприємництва

- 4.1 Суть та основні функції конкуренції
- 4.2 Види конкуренції та їхня роль у розвитку підприємництва
- 4.3 Державне регулювання конкуренції
- 4.4 Антимонопольна політика держави

4.1 Суть та основні функції конкуренції

Термін "конкуренція" походить від латинського слова "concurrentia", що означає змагання, суперництво. У підприємницькій практиці суперництво розгорається між виробниками за ринок збуту товарів, завоювання певного сегмента ринку. Воно може також мати місце і між окремими підприємцями, менеджерами, іншими особами, заінтересованими в досягненні певної мети кожний для себе. Конкуренція завжди пов'язана з обмеженістю інтересів підприємця, його дій на ринку з боку інших підприємців. Вона виступає як зовнішня спонукальна сила, яка змушує кожного підприємця в найкращий спосіб вести свій бізнес: одержувати найбільш вигідні умови виробництва й збуту товарів, найбільший прибуток, дбати про подальший розвиток фірми.

Якщо конкуренція серед продавців ведеться за найбільші обсяги продаж, а відповідно і максимізацію прибутку, то серед покупців - за найбільш вигідні умови придбання товарів чи послуг. Останнє, як правило, означає, що ціна і якість продукції має задовольняти покупця. Тим самим конкуренція забезпечує рівноправне становище продавців і покупців, їхню свободу вибору.

Координація дій продавців і покупців на засадах конкуренції здійснюється шляхом застосування принципів вільного ціноутворення. Як визначальний елемент ринкового механізму господарювання ціна в умовах конкурентного середовища сприяє найбільш раціональному розподілу ресурсів і кінцевих товарів. Тим самим конкуренція створює умови для саморегуляції ринку. Дії підприємця стають раціональними: адже він намагається досягнути поставленої мети в межах чітко окреслених конкуренцією певних альтернатив.

Завдяки конкуренції досягається загальна ефективність підприємництва. Адже вона дає змогу виявити відповідність обсягу і структури вироблених підприємцями благ та послуг обсягу і структурі суспільних потреб. Іншими словами, конкуренція перевіряє підприємницьку діяльність на її відповідність потребам і інтересам суспільства.

Зрозуміло, що внаслідок конкуренції створюється заінтересованість в удосконаленні виробництва, збуту, управління та інших сторін підприємницької діяльності. Тим самим конкуренція сприяє продуктивному бізнесу, створює спонукальні мотиви для зниження витрат виробництва, оновлення продукції, знаходження нових форм задоволення потреб споживачів.

Таким чином, *суть конкуренції полягає* в суперництві підприємців, коли їхні самостійні дії обмежують можливості кожного з них впливати на загальні умови реалізації товарів на ринку і стимулювати виробництво товарів, необхідних споживачеві. Наведена суть розкривається в таких функціях: формуванні рушійних сил підприємництва; удосконаленні виробництва й оновленні товарів та послуг; саморегуляції ринкової системи; знаходженні нових форм задоволення потреб споживачів.

Ознайомлення з функціями конкуренції дає можливість більш детально розглянути види конкуренції, їх вплив на підприємницьку діяльність.

4.2 Види конкуренції та їхня роль у розвитку підприємництва

Визнання суті конкуренції як важливого інструменту ринку, найбільш впливового засобу зниження цін і задоволення споживчого попиту вимагає з'ясування форм її прояву. Крім того, слід пам'ятати, що ринкова економіка за тривалі роки свого існування накопичила певні риси, що призвело до істотних змін у дії конкурентних механізмів. На зміну ринковій економіці епохи вільної конкуренції прийшла сучасна економіка.

Для ринкової економіки епохи вільної конкуренції дії кожного підприємця мотивуються його особистими інтересами. Він намагається максимізувати свій дохід на основі індивідуального прийняття рішень.

Роль держави у такій системі господарювання зводиться до захисту

приватної власності, або, за висловом відомого шотландського економіста XVIII століття А. Сміта, до функції "нічної варті". По суті, відсутні форми економічного регулювання конкуренції з боку держави.

Конкуренція - форма економічних відносин між суб'єктами ринкового господарства, в яких виражається суперництво за найбільш вигідні умови виробництва, продажу і купівлі товару та отримання найвищих прибутків. Конкурентність ринку визначається тими межами, в рамках яких окремі фірми здатні здійснювати вплив на умови реалізації (на ціни). Чим менше окремі фірми впливають на ринок, тим більше конкурентним вважається ринок.

Функції конкуренції:

1) регулювання – підприємці спрямовують капітал в ті галузі, де можливий найвищий прибуток;

2) мотивації – ті, хто виготовляють продукцію з меншими виробничими витратами, одержують винагороду у вигляді прибутку;

3) розподілу – активізує стимули до вищої продуктивності, дозволяє розподіляти прибуток серед підприємств і домашніх господарств відповідно до їхнього ефективного внеску;

4) контролю – обмежує і контролює економічну силу кожного підприємства.

На відміну від попереднього стану конкуренції, сучасна ринкова економіка розвинутих країн відбиває ті глибокі зміни, що відбуваються в процесі відтворення економічної системи. Індивідуальна приватна власність, що панувала раніше, поступається місцем корпоративній організації власності і капіталу. Збагачуються форми господарювання, посилюються зв'язки між ними. Дедалі різноманітнішими стають види конкуренції, про що дає певне уявлення (Рис.1.6).

Види конкуренції: досконала, недосконала (монополістична, олігополія), цінова, нецінова, нечесна, внутрішньогалузева, міжгалузева.

Внутрішньогалузева конкуренція являє собою суперництво підприємств однієї галузі, що випускають однакову продукцію: взуття, тканини, продукти харчування тощо. Вона спричинює виникнення ринкової вартості товару. Внутрішньогалузева конкуренція - відбувається між виробниками однорідної продукції (галузі) або фірмами, що надають однакові послуги (банки, страхові компанії) і передбачає пошук джерел зниження індивідуальних витрат виробництва і таким чином шляхів зниження ринкової ціни.

Міжгалузева конкуренція складніша: охоплює суперництво за сфери більш вигідного застосування капіталу. Внаслідок постійних переливів капіталу зі сфер менш прибуткових до сфер більш прибуткових, формуються ціни виробництва, які відбивають ці умови.

Міжгалузева конкуренція - відбувається між виробниками різних галузей за найбільш вигідне застосування капіталів та більш високий

рівень прибутку. Сприяє міжгалузевому переливанню капіталів і переміщенню ресурсів у більш прибуткові галузі і сфери виробництва. Форми міжгалузевої конкуренції: диверсифікація виробництва (урізноманітнення номенклатури виробів, здійснюється шляхом проникнення в галузь фірми – конкурента); вертикальна інтеграція (об'єднання капіталів різних, але технологічно залежних між собою галузей); конгломерація виробництва (об'єднання капіталів різних, зовсім технологічно не пов'язаних між собою, підприємств).

Вихід продукції великих корпорацій на міжнародні ринки є свідченням міжнародної конкуренції. Цей вид суперництва пов'язаний з глобалізацією світової економіки, пануванням транснаціональних об'єднань.



Рисунок 1.6 – Види конкуренції

Конкуренція вільна (досконала) - відповідає такій моделі ринкових відносин, коли є велика кількість підприємств, які пропонують стандартизовану, однорідну продукцію. Частка кожної фірми в загальному обсязі виробництва галузі є незначною і тому жодна з них не може впливати на рівень ринкової ціни; вільний доступ до ринку нових учасників і вільний вихід з нього.

Досконала або чиста конкуренція зустрічається в закінченому вигляді досить рідко. Це ринкова ситуація, за якої велика кількість підприємств виробляють і продають однакову продукцію. Ознаки досконалої конкуренції такі: ринкова структура характеризується значною кількістю продавців і покупців товару; спостерігається однорідність, стандартизованість продукції; відбувається мобільний рух ресурсів, відсутні перепони для входження в галузь і вихід з неї; жоден з учасників конкурентної боротьби не має влади над цінами й можливості контролювати їх; повна інформованість учасників про ціни та умови виробництва.

Недосконала - представлена двома формами: монополістичною конкуренцією та олігополією, тобто вона виникає в сучасних умовах, коли товари на ринках пропонуються обмеженим числом фірм.

Монополістична конкуренція уособлює ситуацію, за якої на ринку панує відносно велика кількість виробників. Вони створюють різновиди товарів, що задовольняють в принципі одну і ту саму потребу. Кожен з учасників цієї конкуренції має обмежений контроль над ринковою ціною. Суперники можуть використовувати як цінові, так і нецінові методи конкуренції. Це пов'язано з диференціацією продукту, можливостями удосконалення якості товарів, умов їх продажу, дизайну, реклами тощо.

Монополістична конкуренція - така модель ринку, за якої відносно велика кількість невеликих виробників пропонують подібну, але не ідентичну продукцію. Продукт кожного продавця є диференційованим. Диференціація продукту означає, що товар не є стандартизованим і має відмінності (ринки одягу, пральних порошків, взуття). Обсяги кожного продавця відносно невеликі, тому фірма має обмежений контроль над ринковою ціною; можливий відносно легкий вступ до галузі нових виробників.

Олігополія означає панування на ринку декількох фірм, що пропонують стандартизовані або схожі товари й послуги. Це можуть бути, зокрема, комп'ютери, автомобілі, засоби зв'язку, сучасна побутова техніка. Підприємства-олігополісти ведуть виробництво в значних масштабах. На ринках, де вони займають панівне становище, спостерігається складність входження в галузь нових підприємств, наявність стимулів до злиття, домовленостей на усунення конкурентів.

Олігополія - така модель ринку, яка характеризується обмеженою кількістю (3-8) великих, пануючих у ключових галузях виробництва підприємств, що виробляють як стандартизований (сталь, алюміній), так і диференційований товар (автомобілі, побутові електроприлади). Ціна встановлюється як результат нецінової конкурентної боротьби великих корпорацій; складність входження до галузі нових підприємств; існування стимулів до злиття, змов, спрямованих на усунення конкурентів. Різновидом олігополії є **олігопсонія**.

– **олігопсонія** – це тип ринкової структури, при якій існує невелика вузькоспеціалізована група покупців певного товару. Обмежуючи закупівлі товару, покупці забезпечують собі монополійний прибуток за рахунок втрати частини доходів продавця; – **дуополія** – це тип ринкової структури, при якій існує два постачальники певного товару і між ними повністю відсутні монополістичні угоди про ціни, ринки збуту та ін.;

– **білатеральна монополія** – це тип ринкової структури, при якій виникає протистояння єдиного постачальника і єдиного споживача. Такий ринок виникає на ринку електроенергії, водо- та газопостачання.

Конкуренція цінова – головними методами боротьби з конкурентами є ціна (зменшення витрат виробництва, наукова організація праці, підвищення її продуктивності).

Конкуренція нецінова – використання будь-яких засобів, крім зниження цін, з метою залучення нових споживачів (використання реклами, надання додаткових послуг, упаковка, тара, поліпшення якості продукції).

І нарешті, існують так звані чисті, або **абсолютні монополії**. Це така ринкова ситуація, за якої є тільки один продавець товару, який практично здійснює контроль над цінами.

Монополія - ринок, який має лише одного продавця і багато покупців.

Монополізація – економічний результат концентрації та централізації виробництва і капіталу. Концентрація виробництва – зосередження засобів виробництва, працівників і обсягів виробництва на великих підприємствах. Централізація капіталу – збільшення розмірів капіталу внаслідок об'єднання або злиття раніше самостійних капіталів.

Моносонія – ринок, монополізований одним покупцем.

Види монополій : закрита, відкрита , природна, чиста.

Закрита – галузь, захищена від конкурентів за допомогою юридичних обмежень (патентний захист, авторські права, ліцензії).

Відкрита – одна фірма стає єдиним постачальником товару, але не має спеціального захисту від конкурентів (нові товари).

Природна – галузь, у якій довготермінові середні витрати виробництва досягають мінімуму лише тоді, коли одна фірма обслуговує весь ринок. Вона ґрунтується на економії від масштабів виробництва (енергетика, залізниця, телекомунікації).

Чиста - утворюється там, де діє лише один продавець і немає реальних альтернатив – не існує товарів – субститутів, що виробляються, він є однорідний і унікальний. Чистий монополіст має абсолютну ринкову владу, його здатність впливати на ціну обмежує тільки попит споживачів, тому фірма-монополіст встановлює ціну на ринку.

Розрізняють: монополію окремого підприємства; монополію, як змову; монополію, що ґрунтується на диференціації продукту.

Негативні наслідки монополізації: 1) монопольні ціни відхиляються від ринкових, створюючи додаткові джерела прибутку для фірм –лідерів; 2) послабивши тиск конкуренції, створює передумови для утримання «ноу – хау»; 3) деформує структуру економіки, застосовуючи механізм тиску, придушує галузі, що мали б розвиватися більшими темпами; 4) обмежує дію ринкового механізму попиту і пропозиції, що веде до диспропорції суспільного відтворення і поглиблення суперечностей ринкового господарства.

Своєрідною модифікацією **чистої монополії** є так звана природна монополія. Вона має місце в тих сферах господарської діяльності, в яких конкуренція небажана або несприйнятлива форма економічних відносин. Прикладом природної монополії є транспортування нафти, газу та інших

речовин трубопровідним транспортом, передача та розподіл електричної енергії, користування залізничними коліями, управління повітряним рухом, централізоване водопостачання.

Нечесна – діяльність, спрямована на одержання комерційної вигоди і забезпечення домінуючого становища на ринку, яка не виключає обман споживачів, партнерів, державних органів (використання товарного знака, поширення неправдивих відомостей, порушення законів, переманювання провідних спеціалістів конкурентів, дезінформація з боку виробника споживачів).

Наведена характеристика різних видів конкуренції дає підставу стверджувати, що гонитва підприємців за прибутком, намагання посилити свої позиції на ринку може не тільки викликати позитивні зрушення, а й призвести до домовленостей, злиття фірм із метою усунення обмежень, зумовлених конкуренцією. Нечесні дії, або дії, що спричиняють збитки, пригнічують конкуренцію, утворюють недобросовісну конкуренцію, її засобами можуть бути цінова дискримінація, фальшива реклама, різні види прямого втручання. Саме тому головною конструкцією сучасної ринкової системи господарювання стає перехід від примітивної до культивованої конкуренції, тобто такої, що свідомо підтримується державою.

4.3 Державне регулювання конкуренції

Конкуренція становить могутній засіб розвитку підприємництва. Без неї не можуть існувати і розвиватися ринкові відносини. Саме тому конкуренція всіляко заохочується і підтримується державою шляхом пошуку найбільш ефективних засобів регулювання умов підприємницької діяльності.

Яким же чином відбувається державне регулювання конкуренції?

Передусім держава здійснює правовий захист підприємців і споживачів від недобросовісної конкуренції. В Україні діє Закон України "Про захист від недобросовісної конкуренції", який спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних засобів ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин. Закон створює сприятливі умови захисту прав і інтересів учасників ринкових відносин, формує основи цивілізованої економічної конкуренції.

Існують такі види правопорушень, передбачених законодавством:

- неправомірне використання ділової репутації господарюючого суб'єкта (підприємця);
- створення перепон підприємцям у процесі конкуренції й досягнення неправомірних переваг у конкуренції;

- неправомірний збір, - розголошення і використання комерційної таємниці.

Крім того, держава забезпечує необхідний рівень конкуренції шляхом застосування певних критеріїв для оцінки стану ринків. Наприклад, у практиці країн з розвинутою ринковою економікою використовують індекс Хіршмана. Згідно з цим індексом, безпечний рівень ринку з погляду його монополізації вимагає присутності на ньому не менше десяти конкуруючих фірм. При цьому встановлена межа в загальному обсязі продаж для кожного випадку. Наведемо обмеження рівня монополізації компаній: - питома частка однієї, найбільш великої, компанії в загальному обсязі усіх продаж певного товару на ринку не повинна перевищувати 31%; питома частка двох, найбільш великих, компаній не повинна перевищувати 44%; питома частка трьох, найбільш великих, компаній не повинна перевищувати 54%; питома частка чотирьох, найбільш великих, компаній не повинна перевищувати 64%.

Подібним чином обмежується монопольне становище підприємства на ринках згідно з чинним законодавством України. Якщо частка підприємства на ринку певного товару більша ніж 35%, його становище визнається монопольним. До такого суб'єкта підприємницької діяльності держава має право застосовувати додаткові заходи з обмеження його монопольного становища.

Крім того, держава захищає підприємців від неправомірного використання фірмових найменувань, "оманливої" реклами.

Антимонопольне регулювання підприємницької діяльності, захист від недобросовісної конкуренції спрямований на підвищення ефективності підприємницького сектора, гармонізації його інтересів з інтересами суспільства в цілому.

Головним напрямком регулювання конкуренції є сприяння розвитку середнього та малого підприємництва, забезпечення сприятливих умов для розширення мережі нових підприємств. Активна політика держави щодо підтримки малого та середнього підприємництва, посилення контролю за ринками є заходом створення конкурентного середовища. Саме таке середовище у найкращий спосіб стимулює підприємництво, пошук нових шляхів задоволення суспільних потреб.

Водночас держава враховує інтереси зростання фірм, підвищення ефективності та конкурентоспроможності їх діяльності. Тому втручання держави в процеси зростання фірми, збільшення її частки в загальному обсязі виробництва й збуту не можуть бути прямолінійними, надмірно жорсткими. Адже бажання суб'єктів підприємницької діяльності знайти додаткову підтримку, узгодити та захистити свої інтереси можуть виявитися у створенні форм виробничої, фінансової та комерційної взаємодії. Такі заходи спрямовані на зниження витрат виробництва, підвищення якості продукції, освоєння нових ринків, зростання обсягу продаж.

Отже, регулювання конкуренції, контроль за станом ринків відповідає інтересам підприємницького сектора.

4.4 Антимонопольна політика держави

Оскільки монополії стримують конкуренцію, в усіх державах проводиться антимонопольна політика. **Антимонопольна діяльність** – це комплекс заходів, розроблених і впроваджених у багатьох країнах світу, які спрямовані на обмеження діяльності монополій, а також створення антимонопольного законодавства. Уперше такі закони були прийняті наприкінці XIX – на початку XX століття в США, Канаді, Австралії, бо монополізація в цих країнах відбувалася найінтенсивніше. Методом утілення антимонопольних законів є ліквідація фірми (в США це відбувається, коли монополізовано понад 60% будь-якого товару чи послуг). У Німеччині монополією вважається компанія, яка зосередила у своїх руках третину обігу, в Японії – коли частка однієї компанії перевищує 50%, а двох – 75% і більше. В ЄС реєстрації підлягають лише ті угоди, які обмежують конкуренцію між членами цієї організації. Важливим завданням держави в умовах ринкових економічних відносин є здійснення демонополізації економіки і реалізація антимонопольної політики, недопущення появи й формування монопольного становища окремих підприємств. Розрізняють прямі і побічні методи антимонопольного регулювання. До прямих відносять адміністративні важелі й заходи, які усувають монопольне становище певних суб'єктів господарювання на ринку або запобігають його появі. Вони включають адміністративні, економічні санкції, кримінально-правову відповідальність. Побічними є фінансово-кредитні методи антимонопольного регулювання. В перші роки існування незалежної України було прийнято ряд фундаментальних законів, серед яких одними з найважливіших були Закони України "Про захист економічної конкуренції" та "Про обмеження монополізму та недопущення недоброякісної конкуренції у підприємницькій діяльності". Закон "Про захист економічної конкуренції" було прийнято у 2001 році. Він визначає правові засади підтримки та захисту економічної конкуренції, обмеження монополізму в господарській діяльності і спрямований на забезпечення ефективного функціонування економіки України на основі розвитку конкурентних відносин. Він може застосовуватися щодо відносин, які впливають або можуть впливати на розвиток і функціонування конкурентного середовища в Україні та сприяти демонополізації національної економіки та підприємництва. Закон України "Про обмеження монополізму та недопущення недоброякісної конкуренції у підприємницькій діяльності" прийнятий на початку 1992 року. Закон передбачав контроль за створенням, реорганізацією (злиттям,

приєднанням) фірм із метою запобігання виникненню монопольних ситуацій, штрафи для підприємців і посадових осіб, а також відшкодування збитків, заподіяних зловживанням монопольним становищем та несумлінною конкуренцією. В результаті поступового формування законодавчої бази антимонопольні вимоги були відтворені більш ніж у шістдесяти законах України і шестистах нормативно-правових актах. У даний час правове регулювання антимонопольної діяльності, демонополізації економіки та захист економічної конкуренції здійснюються за допомогою норм, установлених Конституцією України та Господарським кодексом України, законами України "Про Антимонопольний комітет України", "Про захист економічної конкуренції", "Про захист від недобросовісної конкуренції", іншими нормативно-правовими актами і документами, прийнятими відповідно до цих законів.

3 Антимонопольний комітет України. Основні аспекти його діяльності для реалізації антимонопольного законодавства в листопаді 1993 року в Україні було створено Антимонопольний комітет. Головними напрямками його діяльності є робота щодо захисту конкуренції, проведення демонополізації та створення конкурентного середовища. Основними завданнями Антимонопольного комітету України, які визначені в ЗУ "Про Антимонопольний комітет", є: 1) здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції; 2) контроль за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та регулюванням цін (тарифів) на товари, що виробляються (реалізуються) суб'єктами природних монополій; 3) сприяння розвитку добросовісної конкуренції; 4) методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції. Таким чином, Антимонопольний комітет України – це центральний орган виконавчої влади зі спеціальним статусом, підконтрольний Президенту України та підзвітний Верховній Раді, що здійснює державний контроль за дотриманням антимонопольно-конкурентного законодавства та захист інтересів і споживачів від порушень. Антимонопольний комітет сприяє розвитку в Україні підприємництва й конкуренції. Антимонопольна діяльність держави здійснюється також органами державної влади та місцевого самоврядування. Антимонопольний комітет може прийняти рішення про примусовий поділ суб'єкта господарювання протягом шести місяців. При порушенні антимонопольно - конкурентного законодавства Антимонопольний комітет України має право накладати штрафи на юридичних осіб. Може вилучатися незаконно одержаний прибуток, якщо на це є рішення суду. Одним із негативних елементів, що призводить до монополізації діяльності, є недобросовісна конкуренція.

Згідно з Господарським кодексом України недобросовісна конкуренція- це будь-які дії у конкуренції, що суперечать правилам торговим та іншим чесним звичаям у підприємницькій діяльності, а саме:

- неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання; - створення перешкод у процесі діяльності; - досягнення неправомірних переваг у конкуренції; - неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці тощо. Недобросовісна конкуренція тягне за собою адміністративну, цивільну чи кримінальну відповідальність винних осіб згідно із законодавством України. Діяльність Антимонопольного комітету України на сьогоднішній день має велике значення, оскільки він через розроблені механізми, які постійно вдосконалюються, здійснює недопущення монополізації економіки, виникнення недобросовісної конкуренції і тим самим сприяє розвитку підприємницької діяльності, формуванню конкурентного середовища, які є важливими компонентами ефективного функціонування національної економіки України.

Запитання для самоконтролю

1. Суть та основні функції конкуренції.
2. Види конкуренції. Недосконала конкуренція. Чиста конкуренція та чиста монополія.
3. Монополістична конкуренція та олігополія. Ознаки досконалої конкуренції.
4. Конкурентоспроможність фірми. Аналіз конкурентних ринків. Як бути конкурентоспроможним?
5. Антимонопольна політика та антимонопольне законодавство.

ТЕМА 5 Мотивація підприємницької діяльності

- 5.1 Підприємницькі інтереси та механізм їх реалізації
- 5.2 Сутність і організація заробітної плати
- 5.3 Формування ефективної мотивації праці.

5.1 Підприємницькі інтереси та механізм їх реалізації

Ознайомлення зі складовими рушійних сил підприємництва дає змогу стверджувати, що головна мета підприємця - отримання прибутку або підприємницького доходу. При більш детальному ознайомленні зі спонукальними мотивами до праці спостерігається намагання підприємця управляти рухом матеріальних цінностей, максимізувати дохід та мінімізувати витрати. Він бажає брати участь у розподілі доходу,

визначати напрямки його використання. Тобто, підприємець спрямовує свої зусилля на втілення власних задумів таким чином, щоб мати певні форми вираження особистих інтересів як економічного суб'єкта господарювання.

У чому ж полягає глибинний зміст підприємницького інтересу? Яким чином здійснюється його реалізація?

Для відповіді на ці питання доцільно звернутися до вихідних категорій мотивації - потреб і винагород. Адже підприємницький інтерес ґрунтується на потребах, які започатковують його розвиток, визначають спрямованість. Тісний зв'язок потреб з інтересами характеризує останні як прояв творчої діяльності підприємця, його намагання вдосконалити свої здібності, утвердитися в ринковому середовищі. Це означає, що причини високоефективної діяльності підприємця, як особливого соціально-психологічного типу господарника, криються у такому могутньому різновиді, як особистий інтерес.

При цьому необхідно звернути увагу на таку обставину. Для підприємця його трудова діяльність не насаджується ззовні і не протистоїть йому як прояв чужої волі. Це форма прояву власної сутності його як особи, самовираження сенсу підприємницької діяльності. Діяльність підприємця в індивідуальній свідомості на рівні сформованої потреби і реалізується в самостійних, творчих та новаторських функціях.

У структурі підприємницького інтересу присутня взаємодія двох аспектів. Перший - матеріально-мотиваційний, пов'язаний із ринковою оцінкою діяльності, розмірами винагороди у формі доходу або прибутку. Другий - загальноекономічний, пов'язаний із реалізацією індивідуальних здібностей, можливостями повноцінного втілення потреби у самостійну, ініціативну діяльність.

Здатність підприємця проявляти свої інтереси значною мірою залежить від стану навколишнього ринкового середовища. Стан ринку визначається дією конкурентних механізмів, закону попиту та пропозиції. Крім того, слід враховувати, що невизначеність результатів, ризикованість дій здатні призвести до певних суперечностей між інтересами підприємця й інтересами суспільства. Наприклад, обмежений попит населення на продукцію та послуги, що запропоновані підприємцем, змушує швидко реагувати на зміни потреб споживачів. Знаходження нової ринкової прогалини (тобто тих товарів і послуг, на які виникає попит) може супроводжуватися намаганням компенсувати попередні втрати і одержувати прибуток за рахунок підвищеної ціни. Тому для узгодження підприємницьких інтересів з інтересами суспільства особливого значення набуває, по-перше, конкурентно-ринкове середовище, а по-друге - державне регулювання підприємницької діяльності.

Це дозволяє зробити висновок, що для успішної реалізації підприємницького інтересу потрібні сприятливі соціально-економічні та

організаційні умови. На цій основі з'являються можливості прояву здібностей до підприємницької діяльності, втілення в ній цілей і потреб, реалізації особистого інтересу. Залежність між загальними умовами формування підприємницького інтересу і формами його реалізації може бути представлена в (Табл. 1).

Таблиця 1 - Спонукальні мотиви підприємницької активності

Особисті чинники спонукання	Характер дії
Особисті якості	Наявність необхідних знань, освіти, ділових якостей, професійної підготовки, здібності до новаторських дій
Особливості організації власної справи	Можливості перспективного розвитку бізнесу у довгостроковому періоді
Економічні мотиви	Націленість на досягнення успіху, мотивація праці та одержання винагороди залежно від результатів
Соціально-психологічні мотиви	Особливі форми прояву творчих якостей

Слід зазначити, що розгорнута мотивація підприємництва може бути лише за умов розвинутого конкурентного середовища. Підприємець реалізує свій інтерес як власник, сприяючи покращанню організації бізнесу. Водночас як управлінець він повинен контролювати розвиток власної справи, здійснювати аналіз прийнятих управлінських рішень, планувати подальшу діяльність.

Якщо підприємець не поєднує функції власника і менеджера, його економічна заінтересованість і відповідальність обмежена формами та величиною оплати його праці й отриманого доходу.

Новаторська функція підприємця відзначається взаємодією складових мотивації до праці, матеріальних і моральних стимулів. Новатор відрізняється колосальним творчим та інтелектуальним потенціалом. Він здатний генерувати ідеї в будь-якій сфері підприємницької діяльності під впливом внутрішніх спонукальних мотивів до самовираження власних можливостей. Саме тому поєднання інноваційної, новаторської діяльності та підприємництва дає дуже часто значний "вибуховий" ефект.

Піклування про збереження власного підприємства від банкрутства, намагання творчо розвивати бізнес зумовлюють необхідність капіталізації частини підприємницького доходу - формування резервних та страхових фондів, фондів розвитку виробництва, проведення пошукової діяльності. Це сприяє подальшому інноваційному розвитку підприємництва, втіленню задумів і намірів підприємця. Отже, реалізація інтересів підприємців здійснюється через їхню господарську діяльність, спрямованість на

максимальний економічний успіх. Однак суттєво важливо, що у підприємця переважають не споживацькі мотиви, а продуктивно-творчі, тобто повернення прибутку знову у виробництво.

Окрім того, прибутковість вкладених коштів в умовах конкурентно-ринкового середовища досягається через надійне забезпечення потреб споживачів. Тим самим підприємницький інтерес приносить вигоду не лише підприємцям, а й споживачам і в цілому суспільству.

5.2 Сутність і організація заробітної плати

У підприємницьких структурах, як і в інших секторах економіки, пріоритетне значення в мотиваційному механізмі належить *заробітній платі*.

Заробітна плата – ціна, що виплачується найманим працівникам за використання їхньої праці. *Принципи організації заробітної плати*: задоволення працівника виконуваною роботою; справедлива диференціація залежно від рівня кваліфікації, умов праці; однакова оплата за однакову працю; періодичне зростання заробітної плати у зв'язку з інфляцією; виплата в обумовлений строк за виконаний обсяг робіт.

Функції заробітної плати:

1) *відтворювальна* – забезпечення розширеного відтворення робочої сили; 2) *стимулювальна* – забезпечення мотивації максимальної віддачі зайнятих працівників; 3) *регулювальна* – вплив на співвідношення між попитом і пропозицією робочої сили, формування персоналу підприємств, рівень їхньої зайнятості.

Форми заробітної плати:

1) *відрядна (поштучна)* – оплата праці залежить від обсягів випущеної продукції й розраховується за поштучними розцінками; одиниця виготовленої продукції оцінюється розцінкою.

2) *почасова* – встановлює розмір оплати праці залежно від відпрацьованого часу. Година відпрацьованого часу оцінюється тарифною ставкою.

Системи заробітної плати:

1) *тарифна*, яка включає в себе: тарифну ставку (величина оплати за певний час – годину, місяць); тарифну сітку (шкала, що визначає відношення тарифних ставок робітників різних розрядів до ставки першого розряду); тарифно-кваліфікаційні довідник (нормативний документ для тарифікації робіт і присвоєння працівникам кваліфікаційних розрядів);

2) *преміальна* – механізм матеріального стимулювання працівників за високі (кількісні і якісні) результати роботи, де пов'язуються тарифні ставки з нормами затрат праці певною функціональною залежністю;

3) *контрактна* – угода, в якій вказується розмір оплати праці, вимоги до працівника, тривалість робочого дня та відпочинку, умови праці.

Рівні зарплати:

1. Номінальна заробітна плата – грошова сума, яку працівник одержує за роботу;

2. Реальна заробітна плата – купівельна спроможність грошової номінальної зарплати (залежить від рівня цін та розміру податків);

3. Мінімальна – грошовий еквівалент, що забезпечує задоволення потреб на рівні простого відтворення робочої сили найнижчої кваліфікації, встановлюється державою як нижня межа оплати праці.

Прожитковий мінімум – вартість товарів і послуг, визначених за нормативним методом у розрахунку на місяць на одну особу; є індикатором визначення межі бідності і відображає якісний перехід між різними рівнями споживання населення.

Ринок праці: як економічна категорія виражає сукупність економічних відносин з приводу купівлі – продажу специфічного товару – робочої сили; як економічне явище - система економічних механізмів, суспільних норм та інститутів, що регулюють рух робочої сили та її використання. **Механізм функціонування ринку праці** відображає взаємодію попиту і пропозиції на робочу силу, які врівноважуються її ціною – заробітною платою.

На формування попиту на робочу силу впливають: чисельність покупців робочої сили та їхніх грошових доходів; можливості взаємозамінності живої праці й знарядь праці залежно від рівня цін на них; продуктивність праці. Величина попиту як платоспроможної потреби має зворотний характер до рівня заробітної плати.

На формування пропозиції робочої сили впливають: чисельність населення, міграційна активність; професійно – кваліфікаційні характеристики сукупної робочої сили; вартість засобів існування, необхідних для забезпечення працездатності людини; рівень і якість життя; мотивація до праці; державне регулювання ринку праці. Величина пропозиції визначається рівнем ціни робочої сили як товару, ця залежність має прямий характер.

В ринковій системі господарювання за своєю сутністю заробітна плата виражає трудовий дохід, який отримує найманий працівник в обмін на свою працю відповідно до укладеного з підприємцем контракту. Отже, це основна форма розподілу доходів між власником (або власниками) підприємства та найманими працівниками.

Одночасно суть заробітної плати можна визначити як ринкову вартість робочої сили. Остання втілює складений суспільний рівень споживання життєвих благ, що надходять у розпорядження працівників. Заробітна плата може відхилятися від величини вартості життєвих благ,

необхідних працівників. Це впливає відповідним чином на результати діяльності фірми, компанії або підприємства.

Низька заробітна плата обмежує споживання, скорочення якого веде до спаду виробництва, підприємницької активності. І навпаки: висока заробітна плата розширює можливості задоволення різноманітних потреб, сприяє підвищенню попиту на нові товари та послуги.

При визначенні величини заробітної плати слід враховувати вартісну оцінку потреб працівника. Вона відбувається шляхом зведення потреб до так званого *споживчого кошика* - певного набору життєвих засобів. Грошова оцінка споживчого кошика життєвих засобів є базою для визначення вартості або ціни робочої сили. При остаточному визначенні її розміру враховують кваліфікацію працівника, умови його праці, співвідношення попиту на працю і пропозиції робочої сили.

Для підприємницьких утворень - фірм, підприємств - дуже важливо зіставляти величину заробітної плати з тим обсягом роботи, який повинен бути виконаний окремим працівником. І, нарешті, розміри заробітної плати дедалі більшою мірою стають залежними від результатів праці як окремого працюючого, так і від ефективності підприємницької діяльності фірми в цілому. Отже кожне підприємство має джерелом формування заробітної плати свої грошові надходження від реалізованої продукції та наданих послуг. Таким чином, організацію заробітної плати можна представити у вигляді схеми, показаної на (Рис.1.7).



Рисунок 1.7 – Організація заробітної плати

Значного поширення в останні роки набуває контрактна форма наймання працівників і оплати праці.

Контракт - це особлива форма трудового договору. В ньому визначається термін дії угоди, права, обов'язки та взаємна відповідальність сторін, умови матеріального забезпечення й організації праці співробітників фірми.

У контракті передбачаються обсяги запропонованої роботи і вимоги до якості і термінів виконання, умови розторгнення договору. Крім того, в ньому можуть бути визначені зобов'язання стосовно компенсації

морального і матеріального збитку, нанесеного працівникові у разі дострокового розірвання контракту.

Форми і системи заробітної плати є способами встановлення залежності величини заробітної плати від кількості й якості витраченої праці та її результатів. Застосовуються дві форми заробітної плати - почасова і відрядна, кожна з яких має ряд систем.

Відмінності почасової і відрядної форми організації заробітної плати такі: **Почасова** - мірою праці виступає відпрацьований час.

Відрядна - мірою праці є вироблена продукція або виконаний обсяг робіт.

Вибір тієї чи іншої форми і системи заробітної плати залежить від конкретних умов виробництва, специфіки підприємницької діяльності - сфери, виду, завдань, які вирішує фірма.

Важливою складовою організації заробітної плати є преміювання. У багатьох підприємницьких структурах використовується так звана система "участі у прибутках". Її суть полягає у формуванні преміального фонду за рахунок заздалегідь встановленої частини прибутку. Така система сприяє підвищенню ефективності праці, зацікавленості в кінцевих результатах підприємницької діяльності фірми в цілому.

Таким чином, мотивація підприємництва охоплює не тільки реалізацію особистих економічних інтересів власника справи, а й найбільш ефективні методи впливу керівника на людей, взаємодії підприємця та інших працівників.



Рисунок 1.8 - Функції заробітної плати

5.3 Формування ефективної мотивації праці

На кожному підприємстві, незалежно від його організаційно-правової форми, крім підприємців-власників задіяні менеджери, спеціалісти, працівники різних професій. Для досягнення успіху у підприємницькій діяльності потрібна наявність у кожного працівника особистої зацікавленості у високих результатах спільної праці. Отже, ефективна мотивація праці повинна регулювати трудові відносини. Це досягається шляхом виявлення інтересів підприємця та найманого працівника, їх співпадання.

Підприємець зацікавлений у тому, щоб всі наймані ним працівники розкривали свій потенціал, намагались досягнути високих результатів діяльності. Водночас підприємець зацікавлений у тому, щоб працівники сприяли йому у втіленні в життя його задумів.

За яких умов може бути досягнена ця мета підприємця?

Практика підприємства свідчить про те, що формування ефективної мотивації праці всіх учасників підприємницької діяльності потребує використання точної кількісної оцінки трудового внеску кожного. Крім того, потрібні форми стимулювання, які б доводили причетність кожного працівника до загального успіху фірми.

Винагороди за виконання працівником своїх обов'язків включають: заробітну плату, додаткові пільги, премії та різні виплати. Гроші представляють найвпливовіший інструмент регулювання трудових відносин.

Але підприємницька діяльність має новаторський, творчий характер. Тому сам процес виконання роботи, відчуття досягнення результату, успіху, зміст і значущість виконаної роботи є суттєвою внутрішньою винагородою. Створення з боку підприємця сприятливих умов для творчої, продуктивної діяльності, заохочення ініціативи та самостійності працівників суттєво підвищують ефективність мотивації праці.

Конкуренція активізує зусилля підприємців у досягненні високих ринкових результатів. У поєднанні з економічним і соціальним партнерством підприємців з найманими працівниками, пошук шляхів взаєморозуміння та співробітництва стимулюють підприємництво, роблять його більш ефективним і соціально значущим.

Ефективна мотивація праці всіх учасників підприємницької діяльності - невід'ємна складова частина управління (Рис.1.9.)



Рисунок 1.9 - Методи мотивації праці на підприємстві за основними групами методів управління

Запитання для самоконтролю

1. Підприємницькі інтереси і механізми їх реалізації.
2. Види, форми та системи заробітної плати.
3. Механізм функціонування ринку праці.

4. Організація заробітної плати.

5. Матеріальна зацікавленість і соціальна відповідальність у бізнесі.

ТЕМА 6 Правовий статус підприємця

6.1 Підприємець - ключова фігура ринкової економіки

6.2 Дохід підприємства та його форми. Джерела утворення та економічна роль прибутку. Показники ефективності підприємництва

6.3 Права, обов'язки та відповідальність підприємця

6.1 Підприємець - ключова фігура ринкової економіки

Успіх у підприємництві базується на здатності підприємця приймати правильні (обґрунтовані) рішення. Підприємець є визначальною особистістю у підприємстві, ключовою (центральною) фігурою в ринковій економіці. Будь-який підприємець працює як ділова людина, але не будь-яку ділову людину можна назвати підприємцем. Хто ж такий підприємець? Чим він відрізняється від інших суб'єктів господарської діяльності?

Підприємцем прийнято вважати ділову людину, котра привносить щось нове або покращує щось вже існуюче і реалізує його в практичній діяльності. Зміст самостійного прийняття інноваційного рішення підприємцем зводиться до організації виробництва і поставки на ринок товарів та послуг з певним результатом для себе. Таким чином, ми можемо дати визначення поняття підприємця.

Підприємець - це людина, яка здійснює самостійну, систематичну, ініціативну, ризикову діяльність, що спрямована на виробництво товарів та надання послуг з метою одержання прибутку або особистого доходу і передбачає здійснення нововведень.

Отже, підприємець - це суб'єкт, котрий поєднує в собі комерційні, організаторські та новаторські здібності для пошуку і розвитку нових видів і методів виробництва, нових благ та їхніх нових якостей, нових сфер застосування капіталу.

Саме ініціатива, самостійність, творчість та динамізм дозволяють енергійним людям, якими і є підприємці, перетворювати цікаві ідеї в реальність. Успіх підприємницької діяльності багато у чому залежить від здібностей і таланту людини, яка нею займається. Це, власне, й робить підприємця центральною постаттю ринкової економіки в цілому.

Поняття "підприємець" часто вживають як синонім таких понять, як "господар", "власник", "новатор", "бізнесмен". Людину, яка організувала свою справу і веде її, називають саме одним із цих понять. Але виникає запитання: чи можна назвати підприємцем суб'єкта, який має свою майстерню або ферму, де виробляється певна продукція, реалізація якої

дає йому змогу лише існувати? Ясна річ, що ні. Це поняття більш широке, ніж підприємець. Підприємця від інших суб'єктів господарювання відрізняють специфічні функції, які він виконує (повинен виконувати), та визначальні (характерні) ділові якості його особистості.

Підприємець виконує чотири функції, характерні саме для даного виду діяльності, а саме: **ресурсну, управлінську, інноваційну, ризикову** (Рис. 1.10).

Ресурсна функція полягає в тому, що підприємець бере на себе ініціативу поєднання фінансових, виробничих, матеріальних, сировинних, людських, інформаційних, інтелектуальних та інших ресурсів у процесі виробництва товару чи надання послуг, організовує виробництво, розподіляє засоби виробництва і трудову діяльність.

Управлінська функція підприємця - це прийняття управлінських рішень на всіх стадіях виробничої та збутової діяльності, здійснення організації, планування, мотивації та контролю виробництва.

Інноваційна функція передбачає здійснення інновацій (нововведень), освоєння нової продукції, нових технологій та нових форм організації виробництва і праці, пошук нових ринків збуту, нових засобів задоволення потреб споживача, перехід від традиційних до нових форм господарювання, які не мають аналогів у господарській діяльності.

Ризикова функція (функція ризику) полягає у необхідності прийняття рішень, які спрямовані на досягнення успіху, але не гарантують його через невизначеність та мінливість економічної ситуації. Підприємець ризикує не лише власним майном, своєю власністю, вкладеними коштами, а й своєю працею, своїм часом, діловою репутацією.

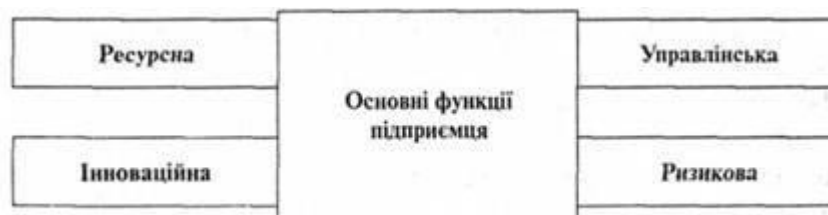


Рисунок 1.10 – Основні функції підприємця

Функції підприємця є підставою для виділення підприємницької діяльності у самостійний фактор виробництва. Ось чому ми наголошуємо на тому, що існує чотири фактори виробництва: земля, праця, капітал, здатність до підприємництва. Кожний фактор виробництва дістає винагороду. Так, земля - земельну ренту, праця - заробітну плату, капітал - відсоток, а підприємець за підприємницьку здатність - підприємницький дохід.

6.2 Дохід підприємства та його форми. Джерела утворення та економічна роль прибутку. Показники ефективності підприємництва

Дохід – у широкому розумінні – грошові та натуральні надходження до суб'єктів господарського життя; у вузькому – потік грошових надходжень в одиницю часу (годину, місяць, рік).

Доходи класифікуються за різними критеріями:

1) *за суб'єктом привласнення:* доходи населення, фірм, держави, суспільства (національний дохід);

2) *за джерелом надходження:* від трудової діяльності (заробітна плата, доходи працівників колективних підприємств, підприємців, підсобного господарства, індивідуальної діяльності); від власності: дивіденди від акцій, відсотки від паю, облігацій, банківських вкладів, орендна плата; доходи, що не пов'язані з оцінкою результатів діяльності (виплати при безробітті, інвалідам і непрацездатним, допомога малозабезпеченим верствам населення, виплати матерям при народженні дитини, соціальні пенсії);

3) *за величиною нарахованих і реально отриманих доходів населення:* номінальний дохід (загальна сума доходу в цінах поточного року), реальний дохід (з урахуванням зміни цін, або дохід у цінах базового року);

4) *за результатами використання факторів виробництва (факторні доходи):* заробітна плата, рентний, процентний, підприємницький (прибуток).

Для аналізу доходів підприємства використовують такі види доходу:

1) **валовий** – грошова сума, отримана від реалізації товарів і послуг (виторг),

2) **середній** – ціна одиниці товару чи послуги,

3) **граничний** – приріст валового доходу від продажу додаткової одиниці реалізованого товару. **Прибуток** – форма доходу підприємця, який здійснив капіталовкладення з метою досягнення комерційного успіху; плата за ризик; винагорода за новаторство, управлінський талант.

Види прибутку:

1) **бухгалтерський** – розраховуються як різницю між валовим доходом і бухгалтерськими (зовнішніми) витратами виробництва;

2) **економічний** – визначається як різниця між валовим доходом та економічними (зовнішніми і внутрішніми) витратами виробництва;

3) **нормальний** – звичайний для галузі дохід від економічних ресурсів; мінімальний дохід, який стимулює підприємця займатися справою;

4) **балансовий** – загальна сума прибутку від усіх видів діяльності – виробничої, допоміжної (будівельних, транспортних робіт,

надання платних послуг населенню), позареалізаційної (різниця між штрафами, пенею, одержаними і сплаченими неустойками, доход від операцій із тарою, орендна плата);

5) засновницький – отримує засновник акціонерного товариства при відкритій підписці на акції;

6) чистий – кошти, що залишаються у розпорядженні підприємства після сплати податків.

Функції прибутку:

1) *облікова (індикативна)* - характеризує його як найважливіший показник, критерій ефективності господарської діяльності фірми;

2) *розподільча* – вибір підприємницької діяльності серед альтернативних варіантів, утворення фондів грошових засобів;

3) *стимулююча* – потужний генератор економічного розвитку, здійснення інвестицій та нововведень.

Економічна роль прибутку:

1) рушійна сила функціонування та розвитку економіки;

2) сприяє найефективнішому розподілу та використанню ресурсів, упровадженню досягнень науково – технічного прогресу, поліпшенню якості продукції;

3) джерело примноження національного багатства та задоволення потреб.

Норма прибутку характеризує ступінь прибутковості капіталу і визначається як відсоткове відношення маси прибутку до всього авансованого капіталу.

$$П = П / К * 100 \%,$$
 де П – норма прибутку (%); П – маса прибутку (грн.); К – величина авансованого капіталу (грн.).

Рентабельність виробництва засвідчує, наскільки результативно, ефективно використовується авансований основний та оборотний авансований капітал і розраховується:

$$Р = п / \Phi_{осн} + \Phi_{об} * 100 \%,$$
 де Р - рентабельність виробництва (%); $\Phi_{осн}$ – середньорічна вартість основних виробничих фондів (грн.); $\Phi_{об}$ - вартість оборотних фондів (грн.).

Рентабельність реалізованої продукції розраховується:

$$Рп = Пп / Св * 100 \%,$$
 де Рп - рентабельність реалізованої продукції (%); Пп - прибуток від реалізації продукції (грн.); Св - собівартість реалізованої продукції (грн.).

Підприємницький дохід складається з двох частин: нормального (звичайного) прибутку та економічного прибутку (надприбутку).

Нормальний (звичайний) прибуток - це відшкодування підприємцю за його працю з організації ресурсів та управління виробництвом, що пов'язано з ресурсною та управлінською функціями. Він визначається як різниця між виручкою від реалізації продукції та витратами на її виробництво.

Економічний прибуток (надприбуток) - це специфічна частина підприємницького доходу, одержання якого пов'язане з функціями ризику і особливо інновації. Це - винагорода за інноваційно-підприємницьку діяльність (Рис. 1.11).



Рисунок 1.11 – Складові підприємницького доходу

Характер підприємницької діяльності висуває певні вимоги до особистості підприємця. Тому підприємець повинен мати не лише бажання або нахил до підприємництва, а й певні ділові якості й риси характеру. Згідно з даними п'ятирічного проекту виявлення "профілю підприємця", організованого американською фірмою "Мак-Бер енд Компані", існує *21 найважливіша риса "оптимального типу підприємця"*.

Найбільш важливі серед них такі:

- організаційно-господарське новаторство;
- готовність та здатність до ризику;
- пошук нових можливостей та ініціативність;
- орієнтація на ефективність та якість продукції й обслуговування;
- майнова відповідальність та цілеспрямованість;
- висока інформованість та постійне вивчення ринків товарів;
- здатність до "жертв" в інтересах справи;
- чіткість та планованість у роботі;
- здатність переконувати людей, комунікабельність, чесність, надійність тощо.

Найважливіші характерні риси підприємця можна показати схематично (Рис. 1.12).



Рисунок 1.12 – Найважливіші характерні риси підприємця

Отже, деякі найважливіші риси підприємця є результатом навчання та досвіду, а інші - продукт розвитку природних даних людини. Звичайно, перелік позитивних ділових якостей підприємця можна було б продовжувати. Але висновок єдиний: підприємцем не народжуються - підприємцем стають. Тому підприємцем має і мусить бути людина не лише з яскраво вираженими рисами лідера, зі здатністю впливати на інших людей, а й професійно підготовлена. А для цього треба вчитися основам підприємництва і збагачуватись практичним досвідом постійно. Саме такі люди досягають підприємницького успіху.

6.3 Права, обов'язки та відповідальність підприємця

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

Діяльність підприємців повинна бути ефективною і корисною. По-перше, підприємець особисто зацікавлений у своїй справі, тому він використовує свої знання для розширення масштабів власного бізнесу і завдяки цьому має більше шансів досягти успіхів. По-друге, підприємець може швидше і з меншими зусиллями задовольняти суспільні потреби і

ринковий попит, оскільки завжди намагається передбачити 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.

Важливим у цьому зв'язку є чітке визначення правового статусу підприємця, тобто його прав, обов'язків і відповідальності. Особливого значення визначення правового статусу підприємця набуває в умовах формування підприємницького сектора. Зокрема, це передусім стосується України, де підприємництво робить лише перші кроки, а нинішні українські підприємці ще не досягли світового рівня. Більш того, підприємництвом часто називають діяльність, далеку від підприємництва, наприклад таку, що пов'язана з шахрайством, протизаконними діями тощо. Все це потребує розроблення законодавчих актів, в яких були б визначені права, обов'язки та відповідальність підприємців.

Сьогодні в Україні з метою забезпечення свободи розвитку підприємництва, встановлення правових гарантій його функціонування окреслені певні права, обов'язки і відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності.

Права підприємця. Право - це нормативна форма виразу принципу формальної рівності господарюючих суб'єктів в економічних відносинах, а також система встановлених або санкціонованих державою загально-обов'язкових правил (норм) поведінки.

З метою реалізації господарської ініціативи підприємець має право на такі дії: -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, 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 власний 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.

Основні обов'язки підприємців полягають у тому, щоб: -укладати трудові договори (контракти, угоди) з громадянами, які приймаються на роботу за наймом; -здійснювати оплату праці осіб, котрі працюють за наймом, на рівні, не нижчому за мінімальні розміри, встановлені

законодавством; -забезпечувати 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 ліцензії на види діяльності, що підлягають ліцензуванню, відповідно до чинного законодавства.

Відповідальність – це правові та етичні відносини підприємців до суспільства (господарюючих суб'єктів, споживачів тощо), які характеризуються виконанням своїх правових норм (правил).

Відповідальність підприємця зводиться до того, що він відповідає:

-за зобов'язання, пов'язані з цією діяльністю, усім своїм майном, за винятком того, на яке відповідно до законодавчих актів не може бути звернене стягнення; -за охорону навколишнього середовища; -за додержання заходів з техніки безпеки, охорони праці, -виробничої гігієни та санітарії; -за заподіяну шкоду і збитки.

Суб'єкт підприємницької діяльності може бути визнаний судом або арбітражним судом банкрутом, якщо майна, яке йому належить, не вистачає для покриття заборгованості й немає перспектив для фінансового оздоровлення підприємства. Найманому працівникові, який втратив працездатність, підприємець забезпечує відшкодування витрат у випадках і порядку, передбачених законодавством.

Як бачимо, підприємництво спрямоване на ефективне ведення господарства, сприяє вияву і розвитку особистості людини, її здібностей і потреб, передбачає персональну економічну та адміністративну відповідальність підприємця. Воно несумісне з втратами, некомпетентністю, шахрайством. У підприємницькій діяльності повною мірою використовується комерційний талант людини, її честолюбство. Особливе місце в цивілізованому підприємстві у партнерських відносинах займають чесність і порядність. Тому не варто займатися підприємницькою діяльністю людиною, яка не схильна до сумлінної праці, яка ігнорує свої права, не виконує відповідні обов'язки, не несе ніякої персональної відповідальності, не відчуває необхідності постійно вчитися і поповнювати свої знання, не має особистого тяжіння до творчої праці та ініціювання нових ідей і проектів, не готова до самопожертви. Справжній і відчутний підприємницький успіх не прийде до людини, котра не вірить у себе, свою підприємницьку ідею; ставиться з підозрою до людей і не здатна на повагу, партнерство і дружбу; не утруднює себе виваженою аналітичною діяльністю; не сприймає чужих думок і пропозицій.

Отже, ще раз підтверджується об'єктивна необхідність щодо надзвичайно великих вимог до підприємця, що обумовлює високу професійну та морально-етичну підготовку людей, які мають намір здійснювати підприємницьку діяльність. З іншого боку, це можливо лише за умов активної діяльності держави стосовно сприяння підготовці підприємницьких кадрів, навчанню майбутніх підприємців,

інформованості їх з питань підприємництва, що, в свою чергу, вимагає відкриття спеціальних навчальних закладів, організації інформаційних центрів, бізнес-інкубаторів. Підготовка і підвищення кваліфікації підприємницьких кадрів набувають особливого значення на етапі активного реформування економіки України на ринкових засадах. Саме висококваліфікований, економічно та юридично підготовлений майбутній підприємець і повинен стати ключовою постаттю (фігурою) ринкової економіки.

Для входження у світ підприємництва для підприємців-початківців необхідні знання, ентузіазм, велике вміння та бажання знайти своє місце в цьому складному світі бізнесу. Велике значення мають і знання головних заповідей підприємця. Ось основні з них: Постійно генеруйте ідеї. Умійте збагачувати власність. Не бійтесь конкуренції. Працюйте на споживача, задовольняйте його вимоги. Не бійтесь зменшити ціну, бійтесь її збільшити. Створіть команду на довірі. Складіть бізнес-план. Рекламуйте не стільки товар, скільки імідж своєї фірми. Не бійтесь брати кредити (якщо їх дають). Будьте доброзичливі. Безперервно вчіться і творіть. Пам'ятайте, найголовніший ваш капітал - це ви самі.

Запитання для самоконтролю

1. Підприємець — ключова фігура ринкової економіки. Сучасна професійна концепція підприємця.
2. Вимоги та характерні риси підприємця.
3. Права підприємця. Обов'язки та відповідальність суб'єктів підприємницької діяльності.
4. Створення умов для формування нової генерації підприємців.
5. Проблеми та перспективи підготовки кадрів для підприємницької діяльності.

РОЗДІЛ 2 ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

ТЕМА 7 Етика підприємництва та соціальна відповідальність у бізнесі

- 7.1 Складові підприємницької етики
- 7.2 Культура підприємництва та діловий етикет
- 7.3 Юридична та соціальна відповідальність у бізнесі

7.1 Складові підприємницької етики

Самостійність господарювання, ініціативний, творчий підхід до справи викликає необхідність вирішення цілої низки питань. Вони пов'язані з інноваційним пошуком ринкових можливостей, дослідженнями з маркетингу, управлінням фінансами, використанням ресурсів, залученням інвестицій. Але передусім підприємець, як особливий соціально-психологічний тип господарника, при втіленні своїх задумів, планів пов'язаний безпосередньо з людьми. Йому доводиться здійснювати управління підлеглими, мати справу з партнерами по бізнесу, налагоджувати контакти з представниками органів державного регулювання підприємництва, клієнтами, консультантами. Не викликає сумнівів, що успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від особистих якостей підприємця, його ділової культури, професіоналізму, вміння гідно представляти свій бізнес, з повагою до інших вести власну справу. Оцінка людських відносин, поведінки підприємця з точки зору її відповідності загальноприйнятим розумним, цивілізованим нормам втілюється в професійній етиці бізнесмена, культурі підприємництва. Тому важливо ознайомитися з нормами поведінки підприємця, вимогами, які суспільство висуває до стилю роботи, характеру спілкування з людьми, соціальному іміджу очолюваної ним фірми або підприємства.

Водночас слід врахувати, що підприємництво, як надзвичайно складний вид діяльності, має загальноприйняті риси, притаманні будь-якій країні з ринковою економікою, та особливі, що відображають загальний стан суспільства, зрілість його економічних, юридичних та морально-етичних норм.

В умовах перехідної економіки підприємництво сприймають неоднозначне. Наприклад, ще не так давно цей вид діяльності пов'язували з експлуатацією. Спостерігається психологічне несприйняття частиною населення приватного господарювання. Отже, перехід до ринку вимагає глибоких соціально-психологічних змін, вироблення сприятливого етичного середовища. Це означає, що потрібна відмова від тих рис, які з'явилися внаслідок відсутності традицій продуктивного підприємництва і орієнтують на одержання прибутку без соціальної відповідальності підприємця.

Які ж цінності формують підприємницьку етику в її загальноприйнятому розумінні?

Свобода діяльності підприємця проявляється у здатності прийняття виваженого рішення, використанні певних способів досягнення мети, можливості вибору певного варіанта поведінки. Вибір оптимального варіанта, який відповідав би не тільки внутрішнім переконанням та інтересам, а й інтересам суспільства, може бути здійснений лише за умов високої етичності поведінки підприємця.

Етика підприємництва розробляє кодекс поведінки, показує гідність намірів підприємця, визначає притаманні йому риси.

Провідне місце серед них безумовно займають ті, що обумовлюють природу підприємця і підприємництва. Перша риса - це заповзятливість, яка розуміється як здатність досягати поставленої мети за рахунок власної ініціативи, винахідливості, практичної кмітливості, готовності йти на певний ризик, приймати і реалізовувати оригінальні ідеї. Друга - це **соціально-новаторський характер** діяльності підприємця, його особлива роль у ринковій трансформації економіки. І нарешті, остання риса, що визначає природу підприємця, - це людський фактор, людина, зусилля якої в умовах ринкової економіки спрямовані на одержання прибутку, поєднуються з етичною та психологічною готовністю до відповідального, чесного цивілізованого підприємництва. Це означає, що в будь-якій підприємницькій діяльності повинні враховуватися інтереси і потреби держави та всього суспільства.

Наведені риси формують етику підприємця і знаходяться у тісній взаємодії.

Саме поєднання чітко усвідомленої природи підприємництва, визначення її корисності для економічного розвитку і соціального прогресу з дотриманням певних норм поведінки підприємцем дає змогу виділити складові підприємницької етики.

Самостійно знайти складові підприємницької етики.

У конкретній діяльності ці складові отримують своє втілення в особливому підприємницькому типі мислення, здатності розглядати все, з чим стикається бізнесмен, з точки зору корисності для власної справи. Успіх підприємницької діяльності значною мірою залежить від уміння налагоджувати партнерські зв'язки, дотримуватися договірної дисципліни, зберігати комерційну таємницю.

Підприємницькі структури - компанії, фірми проводять різноманітні заходи з метою підтримання й постійного зміцнення певних ціннісних стандартів і етичних принципів у відносинах з населенням. Головною метою цих заходів є узгодження інтересів фірми з етичністю поведінки працівників та менеджерів. При цьому пріоритет надається репутації фірми перед діями її конкретних представників, якщо ці дії проводяться з метою невірно сприйнятої чи особистої вигоди.

Найбільш поширеними шляхами формування етичної поведінки у підприємницьких структурах можуть бути такі: розробка етичних нормативів; створення груп або комітетів з етики; проведення соціальних обстежень і ревізій; навчання етичній поведінці.

Отже, основа етичного кодексу фірми - слідувати правилам поведінки, що прийняті в цілому для суспільства.

Позитивний досвід застосування етичних кодексів накопичується в багатьох структурах України. Наприклад, прийнятий Кодекс професійної

відповідальності поза фондової торговельної системи (ПФТС) впроваджує нові для українського фондового ринку принципи чесної і справедливої торгівлі цінними паперами. За порушення етичних норм одну з компаній, що займається інвестиційним бізнесом, уже було виключено з реєстру учасників ПФТС.

Таким чином, постійне дотримання підприємницької етики стає гарантом і стимулом успішної діяльності, конкурентоспроможності бізнесу.

7.2 Культура підприємництва та діловий етикет

У загальному розумінні поняття "культура" означає певну сукупність матеріальних і духовних цінностей, які виробляє людство в історичному процесі свого розвитку. Водночас культура продукує способи створення цих цінностей, засоби їх застосування і передачі. Тим самим вона виступає найважливішим критерієм оцінки окремої особистості. Саме культура визначає спрямованість суспільної, у тому числі економічної, поведінки підприємця, змушує його дотримуватися етикету ділової людини.

По суті, культура підприємництва визначає спосіб спілкування бізнесмена зі своїми клієнтами, партнерами, підлеглими та іншими особами в процесі здійснення власної справи. Культура підприємця вбирає відповідну сукупність правил, вимог, знань та вмінь поводитися у світі бізнесу.

Які ж основні навички повинен мати сучасний підприємець?

Для відповіді на це питання змоделюємо деякі найбільш важливі аспекти діяльності підприємця.

Перший аспект коректної поведінки ділової людини - це дотримання норм звертання, привітання та знайомства. Зокрема при діловій зустрічі з незнайомими людьми треба представитися самому або через особу, яка влаштувала зустріч. Якщо ви гість, то варто представитися першому. І звичайно, перед тим як познайомити будь-кого, слід впевнитися, що обидві сторони бажають знайомства.

Другий - субординація в ділових стосунках. Як відомо, управлінські відносини мають ієрархічний характер. Це означає, що некоректно віддавати будь-які службові розпорядження виконавцю, якщо його роботу повинен координувати ваш підлеглий управлінець.

Третій - організація ділових контактів. Наприклад, запрошуючи співробітника на бесіду, попередьте його заздалегідь через офіс-менеджера, або секретаря-референта. Це дасть змогу йому підготувати необхідні матеріали, розрахунки, сформулювати власні пропозиції.

Особливу увагу в діловому етикеті займає вміння проводити ділові бесіди, дотримуватися ділового протоколу. Так, підприємець, котрий веде

бесіду, виглядає значно привабливіше, якщо дотримується у своїй поведінці таких правил: висловлюватися стисло і по суті, чітко викладаючи свої думки; спиратися на факти, обґрунтовуючи власну позицію; не захоплюватися деталями, але пам'ятати, що своєчасно і доречно наведена деталь може зміцнити достовірність вашої позиції; уникати конфронтації, шукати шляхи вирішення складної проблеми.

Не менш важливо дотримуватися ділового протоколу, тобто порядку проведення ділових зустрічей, які мають бути ретельно підготовлені. Здійснення переговорів стає більш ефективним, якщо сторони попередньо домовилися про матеріали та питання, що виносяться на обговорення. Ділові зустрічі прийнято проводити в спеціальному приміщенні.

І нарешті, підприємець повинен пам'ятати, що грамотність, логічність мовлення є обов'язковою умовою будь-якого ділового контакту. У поєднанні з приємним зовнішнім виглядом, манерою триматися це суттєво впливає на імідж підприємства, а отже, і на успіх бізнесу. Таким чином, перехід до нових соціальних норм, що базуються на здоровому економічному глузді і моральності дій, вимагає формування культури підприємництва та ділового етикету як якісних ознак нової особистості - підприємця.

7.3 Юридична та соціальна відповідальність у бізнесі

Як ми уже з'ясували в попередніх темах, підприємницька діяльність виступає елементом загальнокультурного розвитку. Цей вид діяльності має вирішувати конкретні соціальні проблеми на підґрунті морально-етичних уявлень про цінність підприємництва. Інакше кажучи, підприємець несе соціальну відповідальність за розпочату справу та її розвиток не тільки перед собою, а й перед людьми, з якими він веде свій бізнес, а у кінцевому підсумку - перед суспільством у цілому.

Держава створює для розвитку підприємництва необхідну правову базу, певним чином регулюючи цей вид діяльності. Дотримання існуючих законів породжує юридичну відповідальність. Водночас держава є певною мірою залежною від підприємництва, розвиток якого сприяє вирішенню низки загальнодержавних задач: надходжень до бюджету, працевлаштування населення, розвитку ринків товарів та послуг. Це означає, що між державою і бізнесом постійно підтримуються спільні економічні і соціальні інтереси. Вони виступають провідною ланкою механізму соціального партнерства підприємницьких структур та державних інститутів. Саме тому в більшості країн підприємці об'єднують свої зусилля для забезпечення соціального захисту населення, розв'язання економічних проблем, що стоять перед суспільством і не можуть бути вирішені лише зусиллями держави.

В сучасних умовах соціальна відповідальність має різноманітні форми прояву:

1. Ефективне ведення бізнесу - виробництво кращих товарів і послуг, гарантування їхньої якості, повноти задоволення попиту.

2. Дотримання зобов'язань перед зацікавленими особами (акціонерами, клієнтами, партнерами у справі бізнесу, співробітниками) за їхній матеріальний добробут.

3. Сприяння розвитку підприємницького сектора в цілому - розвиток ринкової інфраструктури, безперервний рух інвестиційних ресурсів, конкурентний стан функціональних ресурсів, конкурентний стан функціональних ринків.

4. Участь у здійсненні загальнодержавних економічних програм, політичному та громадському житті - формування і відстоювання економічних та інших інтересів, що сприяють підвищенню ефективності економіки як єдиної системи.

Таким чином, простежується залежність між юридичною та соціальною відповідальністю в бізнесі. Осягнення кожним підприємцем цієї єдності - найкращий показник етики підприємництва в суспільстві.

Запитання для самоконтролю

1. Психологія підприємництва. Бізнес і мораль. Технологія успіху.
2. Складові підприємницької етики. Підприємницький тип мислення.
3. Морально-етичний кодекс цивілізованого підприємця.
4. Культура підприємництва. Заповіді підприємця. Службовий етикет.
5. Що означає юридична та соціальна відповідальність у бізнесі?

ТЕМА 8 Види та сфери підприємницької діяльності

- 8.1 Приватне, колективне та державне підприємництво
- 8.2 Види підприємницької діяльності
- 8.3 Фінансово-кредитне підприємництво

8.1 Приватне, колективне та державне підприємництво

Сьогодні в Україні підприємництво досить часто сприймається як торговельна, комерційна діяльність, як купівля-продаж товарів. Таке уявлення є певною мірою обмеженим. Підприємництво - це надзвичайно різноманітний вид господарської діяльності, що охоплює усі сфери економіки. Разом з тим підприємництво необхідно поділяти за видами залежно від сфер та галузей економіки, де здійснюється підприємницька діяльність. Підприємництво в різних галузях (сферах) має істотні

властивості за формою і особливо за змістом операцій та способів їх здійснення. На характер підприємництва значно впливає вид товарів і послуг, які підприємець виробляє та здобуває, а також спосіб отримання ним цих товарів і послуг. Окремі види підприємництва розрізняються також за формами власності, що використовуються в підприємницькій діяльності.

Підприємництво може набувати різноманітних форм залежно від того, діє підприємець самостійно чи в партнерстві з іншими підприємцями, користується лише своїм майном чи водночас і майном інших осіб, використовує власну працю чи залучає найманих працівників.

Найпростіша форма підприємництва - це провадження підприємницької діяльності без створення юридичної особи, за умови державної реєстрації як громадянина-підприємця.

Кожен громадянин може, наприклад, вирощувати овочі в своєму городі та продавати їх тим, хто бажає купити. Така діяльність має назву індивідуальна трудова діяльність.

Нині в Україні зареєстровані у встановленому порядку фізичні особи, які займаються підприємницькою діяльністю без створення юридичної особи та є офіційними суб'єктами підприємництва. У 2000 р. в Україні було зареєстровано понад 1 млн. 200 тисяч громадян-підприємців. Громадянин-підприємець має право на власний розсуд користуватися майном, що належить йому. До роботи він може залучати до десяти осіб, які перебувають у трудових відносинах з ним, включаючи членів своєї сім'ї. Треба мати на увазі, що відповідно до Цивільного кодексу України громадянин-підприємець відповідає за своїми зобов'язаннями всім майном, що належить йому. Він може розпочати та припинити свою діяльність у будь-який час за власним бажанням.

Приватне підприємництво не обмежується діяльністю фізичних осіб (громадян-підприємців). Будь-який дієздатний громадянин, який бажає створити власну господарську організацію, має право оформити свою справу як діяльність юридичної особи, визначивши організаційно-правову форму підприємства та зареєструвавши його як приватне підприємство (приватну фірму).

Приватне підприємство - це підприємство, яке засноване на власності фізичної особи і набуває статусу юридичної особи.

Власником приватного підприємства, підприємцем є єдина особа, єдиний громадянин - суб'єкт підприємницької діяльності, який має право наймання будь-якої кількості працівників, що не є власниками (господарями) підприємства, а є найманими працівниками. У даному випадку підприємець - це власник і засновник приватної фірми.

До приватного підприємництва тісно приєднуються селянські (фермерські) господарства та сімейні підприємства, які формально

відносяться до колективних форм підприємництва, але в дійсності є різновидом приватного підприємництва.

Підприємець як власник приватного підприємства має великий простір свободи дій та прийняття рішень. Однак така "незалежність" передбачає цілковиту персональну відповідальність. Проте один підприємець - "слабкий воїн" у великому полі бізнесу. Тому підприємці схильні до об'єднання коштів і зусиль, до переходу від індивідуального до колективного підприємництва. Але не слід думати, що колективне підприємництво обов'язково вимагає відмову від приватної власності на майно підприємця при створенні колективної фірми, зареєстрованої як юридична особа.

Колективне підприємництво має властивість поєднуватися з приватною власністю на всі фактори виробництва. У товаристві, кооперативі кожен учасник (засновник) може об'єднувати з іншими власні засоби виробництва, кошти, майно, свою інтелектуальну власність.

Подальше об'єднання коштів, капіталів, зусиль, управління приводить до великих інтегративних форм колективного підприємництва у вигляді синдикатів, корпорацій тощо.

Якщо ж до підприємництва приєднуються державні структури, то в ньому беруть участь підприємства та організації, засновані на державній формі власності, і тоді існують всі підстави говорити про державне підприємництво.

Державне і, особливо, комунальне підприємництво (як різновид державного підприємництва) може здійснюватися у формі оренди власності відповідної територіальної громади (адміністративно-територіальної одиниці) та державної власності підприємцями.

8.2. Види підприємницької діяльності

Підприємницька діяльність - різноманітна, як різноманітні людські потреби. Всі численні прояви підприємницької діяльності можна поділити на три основні її види:

Виробниче підприємництво; комерційне підприємництво; фінансово-кредитне підприємництво (Рис. 2.1). Як окремі види підприємницької діяльності виділяють також страхове та інноваційне підприємництво.

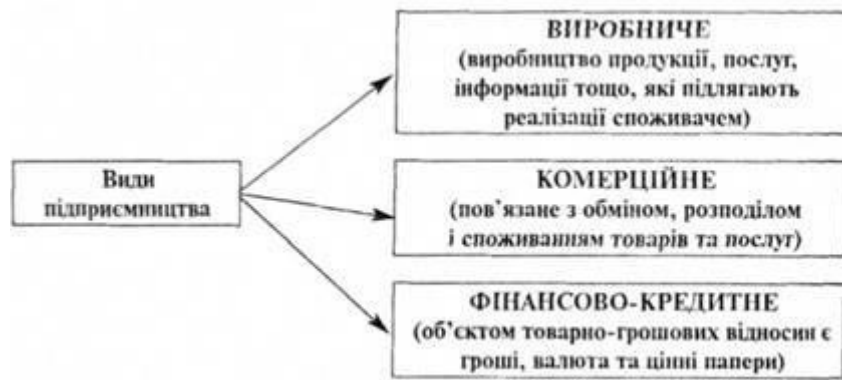


Рисунок 2.1 – Види підприємницької діяльності

Виробниче підприємництво - найважливіший, провідний вид підприємницької діяльності, спрямований на виробництво продукції, послуг, інформації тощо, які підлягають реалізації споживачам.

Ця діяльність здійснюється підприємствами, що виготовляють різноманітну продукцію, виконують будівельні, ремонтні й інші роботи, надають побутові, консультативні, інформаційні та інші послуги, створюють духовні блага.

Виробниче підприємництво відноситься до найскладніших, найсерйозніших, суспільне необхідних і водночас нелегких видів бізнесу. З цим частково пов'язаний і той факт, що до виробничого підприємництва простежується значно менше тяжіння, аніж до інших видів підприємницької діяльності, які набагато швидше й простіше приносять прибутки. В Україні, наприклад, лише кожне сьоме мале підприємство функціонує в промисловості (14%), кожне дев'яте - в будівництві (1%), а в освіті і культурі - лише 1,3% від загальної кількості діючих підприємств. У той же час в торгівлі, громадському харчуванні, матеріально-технічному постачанні, збуті та заготівлі їх більше половини (51,4%).

Для багатьох виробниче підприємництво не асоціюється з бізнесом. Для них бізнес - це комерція, а не виробництво. І такі люди глибоко помиляються. *Бізнес найтісніше пов'язаний з виробництвом.* Без виробничого підприємництва торговельний бізнес не мав би матеріальної (уречевленої) основи, залишилася б лише можливість торгувати імпортними товарами.

У центрі виробничого підприємництва знаходиться виготовлення споживчих благ. Таким чином, до виробничого підприємництва належать і заводи, і фабрики, і перукарні, і кав'ярні, і школи, і ліцеї, і агрофірми. Ці підприємства можуть і самі реалізувати власну продукцію, але головна їхня функція - виробництво.

Виробниче підприємництво тісно пов'язане з бізнесом у сфері обігу, сприяє йому. Товари, що виробляються, необхідно продавати, обмінювати на гроші або на інші товари. Історія розвитку підприємництва засвідчує,

що бізнес у сфері ремесл породжував купецький бізнес (комерційне підприємництво). Цей зв'язок простежується протягом багатьох віків. При цьому виробництво не завжди займало активну позицію. Комерційний бізнес, зокрема торгівля, яка мала попит на товари, значно активізувала виробниче підприємництво.

Принципова схема виробничого підприємництва зображена на (Рис. 2.2). Здійснення виробничого підприємництва пов'язане з необхідністю здобуття підприємцем цілої низки факторів виробництва, з яких на рисунку відображені лише найголовніші, узагальнюючі. Так, щоб виготовити продукцію, товари, підприємцю необхідні оборотні засоби виробництва у вигляді матеріалів, з яких виготовляється продукція. Крім того, у виробництві знадобляться напівфабрикати, тобто готові складові частки, які будуть використані при виготовленні товару (наприклад, гудзики, цвяхи, електродвигуни тощо). Усі ці ресурси позначені літерою М. Для отримання необхідних матеріалів слід придбати їх у власників оборотних засобів, сплативши їм певну суму грошей (Гм).



Рисунок 2.2 – Принципова схема виробничого підприємництва

Далі для виробництва необхідні основні засоби (Оз) у вигляді робочих приміщень, машин, обладнання тощо. За це власникам основних засобів виробництва треба сплатити певну грошову суму (Го). Виробництво вимагає залучення підприємцем робочої сили (Рс). Здебільшого це наймані працівники. Затрати підприємця на оплату праці позначені на рисунку літерами Гр. До цієї суми необхідно включити також і заробітну плату самого підприємця.

Виробниче підприємництво завершується випуском товару (Т), який продається підприємцем безпосередньо споживачу або торговельним організаціям. У результаті підприємець отримує виручку від продажу товару (Гт).

Комерційне підприємництво - це діяльність, яка пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг.

Змістом комерційного підприємництва є товарно-грошові та торговельно-обмінні операції. **Комерція у вузькому розумінні слова - це торгівля, а комерсант - це працівник торгівлі.** Торговельно-обмінні операції здійснюються у вигляді угоди з купівлі-продажу або перепродажу товарів і послуг. Представниками комерційного підприємництва є різні торговельні організації, що реалізують (продають) предмети споживання та засоби виробництва.

Принципова схема комерційного підприємництва є істотно простішою ніж схема виробничого підприємництва у зв'язку з незначною кількістю основних чинників, які впливають на комерційний бізнес. У спрощеному вигляді схема комерційного підприємництва подана на (Рис. 2.3).

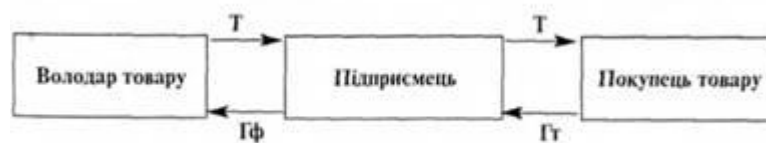


Рисунок 2.3 – Принципова схема комерційного підприємництва

Підприємець закупає товар (Т) у власника товарів. Товар є для комерсантів визначальним чинником бізнесу. Підприємець сплачує за товар його власнику грошову суму (Гф), яка залежить від обсягу товару та його ціни на ринку продаж, як правило, за оптовими цінами, які значно менші ринкових роздрібних цін, за якими потім реалізуються закуплені товари. Тому підчас реалізації всієї партії товару комерсант отримує відповідну виручку (Гт).

Основною формулою торговельної угоди є "товар - гроші" (за товар - гроші) при продажу та "гроші - товар" (за гроші -товар) - при купівлі. Торгівля охоплює і так звані бартерні, товарообмінні операції, які здійснюються за формулою "товар - товар" (за товар - інший товар або послуги).

Формула торговельної угоди нібито є простою, але реальна картина комерційного підприємництва набагато складніша, аніж це здається на перший погляд. Комерційне підприємництво включає пошук, закупку товару будь-якого виду і типу, забезпечує його збереження, транспортування, доставку у торговельне підприємство (місце), продаж товару, а інколи і після продажне обслуговування покупця-споживача, наприклад, доставку додому, встановлення, налагодження, усунення дефектів тощо. Торгівля включає також і документальне оформлення торговельної угоди.

Суб'єктами комерційного підприємництва стають магазини, речові та продовольчі ринки, біржі, виставки - продаж і, аукціони, торговельні

доми, ярмарки, торговельні бази, інші заклади торгівлі, у тому числі комерційні (торговельні) кіоски та намети.

За умов численних господарських зв'язків комерційні організації не в змозі розв'язати всі питання обігу власними зусиллями. Надійними партнерами тут виступають посередники. Представниками посередницьких структур є установи та окремі особи, які займають місце між підприємцем та споживачем. Посередницькі фірми не лише здійснюють брокерські (посередницькі) операції, а й можуть займатися торгівлею на власний розсуд. Посередницький бізнес як різновид комерційного підприємництва дедалі більше поширюється в ринковій економіці.

8.3 Фінансово-кредитне підприємництво

Фінансово-кредитне підприємництво - це діяльність, де об'єктом купівлі-продажу є специфічний об'єкт: гроші, іноземна валюта, цінні папери. Фінансово-кредитне підприємництво - особливий різновид комерційного підприємництва.

Сутність фінансово-кредитного підприємництва полягає в тому, що підприємець придбає головний фактор підприємництва у вигляді грошових коштів (грошей, валюти, цінних паперів) за грошову суму ($\Gamma\phi$) у володарів грошових коштів. Придбані грошові кошти (Γ_k) потім продаються покупцям за плату (Γ_t), що перевищує попередню грошову суму ($\Gamma\phi$), у результаті чого утворюється підприємницький прибуток (Рис. 2.4).

Фінансово-кредитне підприємництво відноситься до найдавніших видів підприємницької діяльності, воно сягає корінням у лихварство, відоме ще за часів стародавньої Греції.



Рисунок 2.4 – Принципова схема фінансово-кредитного підприємництва

В Україні фінансово-кредитне підприємництво знаходиться на початковій стадії становлення. У зв'язку з широким розповсюдженням купівлі-продажу акцій, облігацій, розвитком кредитних відносин, розширенням кола валютних операцій, формуванням системи комерційних банків, в Україні передбачається значне зростання активності фінансово-кредитного бізнесу.

Фінансово-кредитне підприємництво здатне приносити не менші доходи, аніж комерційне підприємництво, але воно ставить більш високу вимогу до знань і досвіду підприємців, продавців і покупців грошових коштів. Досвід фінансово-кредитного підприємництва в Україні свідчить про значний ризик усіх учасників цього нового й незвичного поки що для багатьох українців виду підприємницької діяльності.

Агентами фінансово-кредитного підприємництва є комерційні банки, фондові біржі, окремі фірми, навіть громадяни-підприємці.

В Україні у 2000 р. були зареєстровані і діяли 203 комерційні банки, 4 фондові біржі, 1330 інвестиційних компаній та фондів.

Особливою формою фінансово-кредитного підприємництва є страхове підприємництво. Діяльність підприємців досить ризикована і жоден із них не може обійтися без надійного страхування на випадок небезпеки.

Страхування - це формування грошових фондів та їх використання на відшкодування збитків у разі непередбачених випадків, а також на допомогу громадянам у певні періоди життя. Найбільш відомі три види страхування: життя і здоров'я, майна, відповідальності. Припустимо, що банк надав позичальнику кредит. Існує ризик, що позичальник виявиться безвідповідальною особою і не сплатить кредит (або відсотки за кредит) у певний строк. Щоб підстрахуватися на цей випадок, банк укладає зі страховою компанією угоду, в якій визначаються умови відшкодування втрат у зв'язку з несплатою кредитів.

Запитання для самоконтролю

1. Виробниче підприємництво. Комерційне підприємництво, фінансово-кредитне підприємництво.
2. Посередництво в ринковій системі господарювання.
3. Класична та інноваційна моделі підприємницької поведінки.
4. Які різновиди підприємницької діяльності можуть сформуватись в Україні?

ТЕМА 9 Форми організації підприємництва

- 9.1 Організаційні одиниці підприємництва
- 9.2 Організаційно-правові форми підприємницької діяльності
- 9.3 Партнерство (товариство)

9.1 Організаційні одиниці підприємництва

Форми організації підприємництва характеризують яким чином підприємці організовують власну справу, як вони взаємодіють один з

одним, з органами державної влади та з іншими учасниками підприємницької діяльності. Форми організації підприємницької діяльності, що визначені юридично, називаються організаційно правовими формами підприємництва.

Якщо ви вирішили заснувати власну справу, то мусите знати, що будь-яка підприємницька діяльність здійснюється в певних організаційних формах. Вибір форми організації підприємницької діяльності залежить від особистих уподобань та смаків, але в головному визначається об'єктивними умовами - сферою діяльності, наявністю грошових коштів, перевагами та недоліками відповідних форм підприємств. Щоб зробити правильний вибір, треба знати, із чого можна вибрати.

Організаційною одиницею підприємництва є фірма або компанія.

Фірма - це підприємство, організація, установа, яка здійснює господарську діяльність з метою отримання прибутку. Фірмою можуть бути представлені індивідуальні підприємці та їх об'єднання.

Компанія - це асоціація підприємств, що функціонує на принципах партнерства, корпорації або інших формах організації бізнесу.

Ці поняття використовуються до будь-якого підприємства. Вони відбивають лише той факт, що підприємства або організації мають права юридичної особи або фізичної (громадяни-підприємці). Проте поняття "фірма" або "компанія" не відображає організаційно-правового статусу суб'єкта підприємницької діяльності. Тому крім назви фірми, будь-якому підприємцю важливо вибрати конкретну організаційно-правову форму своєї діяльності, тобто зафіксовану нормами права єдність організаційних і економічних засад діяльності суб'єкта підприємництва.

9.2 Організаційно-правові форми підприємницької діяльності

Загальновідомі три основні організаційно-правові форми підприємницької діяльності:

- 1) одноосібне володіння;
- 2) партнерство (товариство);
- 3) корпорація.

Не має особливого значення, яку форму ви оберете сьогодні, ви можете змінити її у майбутньому. Багато хто із приватних підприємців перетворювали свої фірми у партнерства або корпорації залежно від ступеня економічного зростання. Розглянемо детальніше ці форми (Рис. 2.5).

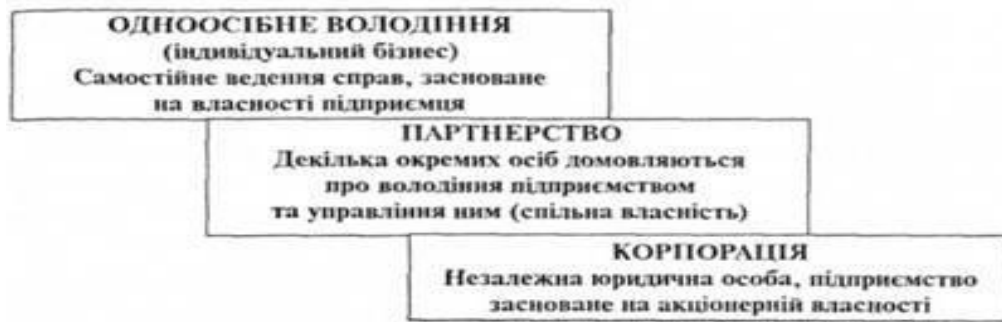


Рисунок 2.5 – Основні правові форми підприємницької діяльності

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

Одноосібні володіння мають свої переваги.

По-перше, оскільки весь прибуток належить підприємцеві, він кривно зацікавлений в ефективній праці. Зосередження прибутку в одних руках дає можливість безпосередньо використовувати його в інтересах справи. До того ж, прибуток підприємця в ринковій економіці розглядається як його індивідуальний дохід і оподатковується лише індивідуальним прибутковим податком (а не податком на прибуток, як в інших випадках).

По-друге, у власника фірми витрати на організацію виробництва невеликі. Його управлінські рішення негайно втілюються в життя. Він неспізнаний співвласникам чи будь-яким керівним органам. Невеликі розміри фірми дають змогу підприємцеві підтримувати прямі контакти зі своїми працівниками та клієнтами. Повна незалежність дуже цінується підприємцями.

По-третє, одноосібному володінню властива простота в організації фірми та її ліквідації. В обох випадках досить лише рішення самого підприємця.

Проте ця форма підприємництва має і значні недоліки, а саме:

1. Труднощі із залученням великих капіталів, оскільки власних фінансових ресурсів одноосібного підприємця для розвитку своєї справи здебільшого не вистачає. Через невисокий рівень платоспроможності комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагаючи більш високу плату за користування ними.

2. Повну відповідальність за борги. Це означає, що у випадку невдалого господарювання одноосібний власник може втратити не лише особисті заощадження, а й усе власне майно, яке піде на сплату боргів кредиторам.

3. Відсутність спеціалізованого управління, що, ясна річ, негативно позначається на ефективності підприємницької діяльності. Адже одноосібний власник сам виконує всі управлінські функції. Проте далеко не всі люди здатні на це.

4. Невизначеність термінів функціонування. Підприємницька діяльність такої організаційної форми юридично припиняється у разі банкрутства, позбавлення волі за карний злочин, психічного захворювання або смерті одноосібного власника.

Переваги та недоліки одноосібного володіння показані на (Рис. 2.6).



Рисунок 2.6 – Переваги та недоліки одноосібного володіння

9.3 Партнерство (товариство)

Ця форма організації підприємництва є логічним продовженням розвитку одноосібного володіння. Така організаційно-правова форма підприємницької діяльності передбачає об'єднання капіталів двох і більше окремих фізичних або юридичних осіб за умов розподілу ризику, прибутку і збитків на основі рівності, спільного контролю результатів бізнесу, активної участі в його веденні. Основою взаємин між сторонами, що вступають у партнерство, є договір.

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

Розглянемо, які *переваги партнерство* має перед одноосібними володіннями.

По-перше, зростають фінансові можливості фірми внаслідок об'єднання кількох капіталів. Банки сміливіше дають кредити таким фірмам.

По-друге, вдосконалюється управління фірмою. З'являється спеціалізація в управлінні, тобто розподіл управлінських функцій між партнерами. Крім того, є можливість найняти професійних менеджерів.

По-третє, велика свобода та оперативність господарських дій.

По-четверте, як і одноосібні володіння, партнерства користуються податковими пільгами, оскільки прибуток кожного учасника оподатковується як його індивідуальний дохід.

Проте ця форма організації підприємницької діяльності має певні **недоліки** (Рис. 2.7), через що інколи не тільки не може подолати недосконалість одноосібної власності, а й породжує нові проблеми.

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

2. Недостатність досвіду господарювання і несумісність інтересів партнерів можуть провокувати малоефективну діяльність, а колективний менеджмент - негнучке управління товариством.

3. Непередбачуваність процесу і результатів діяльності товариства, як нестійкої організаційно-правової форми підприємництва, значно збільшують господарський ризик і зменшують впевненість у досягненні очікуваного результату.

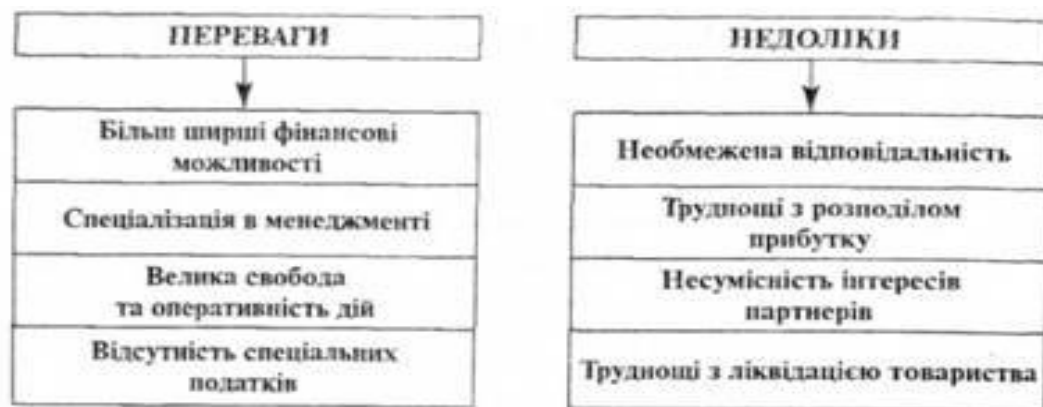


Рисунок 2.7 – Переваги та недоліки партнерства

Корпорація (акціонерне товариство). Корпорація (акціонерне товариство) є нині домінуючою формою підприємницької діяльності, її власниками вважаються акціонери, що мають обмежену відповідальність у розмірі свого внеску в акціонерний капітал корпорації. Весь прибуток корпорації належить її акціонерам. Виокремлюють дві його частини. Одна частина розподіляється серед акціонерів у вигляді дивідендів, друга - це нерозподілений прибуток, що використовується на подальший розвиток корпорації. Функції власності та контролю поділені між акціонерами (власниками акцій) і менеджерами.

Переваги корпорації (акціонерного товариства) досить вагомі (Рис. 2.8).

По-перше, корпорація є найефективнішою формою організації підприємницької діяльності з огляду на реальну можливість залучення необхідних інвестицій. Саме через ринок цінних паперів (фондову біржу) вона може об'єднувати різні за розмірами капітали великої кількості фізичних і юридичних осіб для фінансування сучасних напрямів науково-технічного й організаційного прогресу, нарощування виробничого потенціалу.

По-друге, потужній корпорації значно простіше повсякчас збільшувати обсяги виробництва або послуг, що дає можливість отримувати постійно зростаючий прибуток.

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

По-четверте, корпорація - це організаційно-правовий утвір, який може функціонувати тривалий час (постійно), що створює необмежені можливості для перспективного розвитку.

Корпоративна форма організації підприємницької діяльності, як і всі інші, також має **недоліки**:

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

2. Корпорація сплачує більші податки в розрахунку на одиницю отриманого прибутку, ніж інші організаційні форми бізнесу. Адже оподаткуванню підлягає спочатку отриманий корпорацією прибуток, а потім - дивіденди акціонерів, тобто фактично існує проблема подвійного оподаткування.

3. У корпоративній формі бізнесу існують потенційні можливості для зловживань з боку посадових осіб. Наприклад, керівництво корпорацій може організувати емісію акцій для покриття збитків, спричинених безгосподарністю певних структурних ланок.

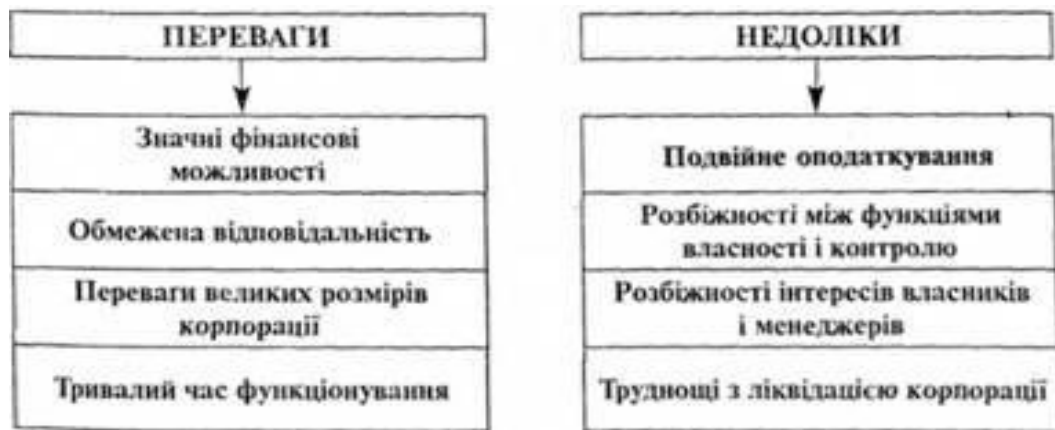


Рисунок 2.8 – Переваги та недоліки корпорації

Запитання для самоконтролю

1. Поняття «організаційно-правова форма підприємництва».
2. Індивідуальний бізнес (одноосібне володіння).
3. Партнерство. Корпоративне підприємництво.
4. Сутність корпорації (акціонерне товариство).
5. Переваги та недоліки корпорації.

ТЕМА 10 Підприємство як організаційна структура підприємництва

- 10.1 Підприємство, його сутність та функції
- 10.2 Види та об'єднання підприємств
- 10.3 Господарські товариства

10.1 Підприємство, його сутність та функції

Підприємництво пов'язане з організацією власного підприємства. Ось чому нам необхідно розглянути сутність та функції підприємства як основної ланки підприємницької діяльності, розкрити види та об'єднання підприємств, дати характеристику господарським товариствам, які існують в Україні.

В Україні формується різноманітна структура економіки. Свідченням цього є поява різних підприємницьких структур, властивих ринковій економіці. Основною організаційною та виробничою ланкою народного господарства країни є підприємство.

Перша ознака підприємства - самостійність у системі господарства країни. Підприємство має самостійний баланс (грошове вираження стану засобів виробництва), розрахунковий рахунок у банку, печатку з назвою підприємства, товарний знак (для промислових підприємств).

Підприємство має свій трудовий колектив з його специфічними інтересами.

Що ж являє собою підприємство?

По-перше, підприємство - це сукупність засобів виробництва та робочої сили. Фактори виробництва - праця, земля, капітал, які є трьома китами економіки, - функціонують та розвиваються тільки об'єднавшись у рамках конкретних підприємств. Кожне підприємство має різні фактори виробництва і по-різному комбінує їх. Наприклад, взуттєва фабрика та хлібозавод використовують аж ніяк не схожі верстати, обладнання, сировину, а їхні робітники мають різні професії. На різних підприємствах застосовуються різні технології виробництва. Це означає, що дані підприємства технологічно і територіально відособлені, як одне від одного, так і від інших підприємств. У цьому розумінні підприємство можна визначити як технологічне поєднання факторів виробництва.

По-друге, кожне підприємство спеціалізується на виготовленні певного товару чи наданні послуг. Поєднання факторів виробництва в процесі створення товару завершується випуском готової продукції, тобто виробничі процеси в рамках підприємства набувають завершеності у вигляді кінцевого результату. Наприклад, Київський державний авіаційний завод "Авіант" виробляє літаки, а ЗАТ "Мотор Січ" (м. Запоріжжя) випускає двигуни для цих літаків. Для кожного з цих підприємств то буде кінцева продукція.

По-третє, кожне підприємство, крім технологічно-територіальної, характеризується ще й економічною відособленістю. Все майно підприємства, з усіма засобами виробництва й технологіями, є власністю фірми, яка володіє даним підприємством. Отже, підприємство розпоряджається своїм майном. На цій підставі воно самостійно складає виробничу програму, набирає кадри, здійснює управління виробничим процесом, реалізує одержану продукцію, відшкодовує свої витрати та отримує прибуток. Навіть у такому схематичному переліку знайшли відображення всі основні економічні процеси та явища. В економіці підприємства в мініатюрі відбивається вся економіка, з усіма її головними процесами: виробництво, обмін, розподіл, споживання. Ось чому економічну життєдіяльність підприємства називають мікроекономікою.

По-четверте, було б неправильно зводити усе життя підприємства лише до технологічних і господарських процесів. Підприємство - це завжди соціальний осередок суспільства, певний колектив співробітників. На підприємстві проходить важлива частина життя людини, через колектив відбувається її розвиток, духовне зростання. Від злагоди у колективі залежить економічний успіх підприємства. Усім відомо, якого великого значення надають почуттю колективізму на японських підприємствах. Під час знайомства японець називає не своє прізвище, а

фірму, де він працює. Наприклад, добре знані фірми "Sony", "Panasonic" тощо.

Які ж функції виконують підприємства в економіці? Основна мета економіки - це створення товарів і послуг для задоволення потреб населення з найменшими витратами на виробництво та реалізацію продукції. Саме цю мету і покликані реалізувати підприємства, в цьому і полягає їх основна функція. Іншими словами, функцією кожного підприємства є максимально можливий випуск суспільно корисної продукції при найменших витратах.

Діяльність будь-якого підприємства підпорядкована реалізації його основної виробничої функції - створенню максимуму товарів чи послуг для задоволення потреб суспільства при найменших витратах виробництва. Для здійснення цієї функції підприємство розгортає діяльність у різних сферах, виконуючи у кожній із них специфічні функції (Рис. 2.9).



Рисунок 2.9 – Основні функції підприємства

Виробничо-технологічні функції підприємства пов'язані із забезпеченням процесу виробництва необхідними засобами та їх використанням, упровадженням новітніх технологій, раціоналізацією виробничих процесів і винахідництвом.

Економічні функції підприємства - це управління процесами виробництва та збуту товарів, укладання контрактів, наймання працівників і раціональна організація їхньої праці, розподіл доходів (заробітної плати та прибутку), розрахунок економічної ефективності, ціноутворення, вивчення ринку.

Соціальні функції підприємства такі: поліпшення умов праці та відпочинку співробітників, створення сприятливого психологічного клімату в колективі, надання допомоги та пільг працівникам і членам їхніх сімей, благодійна діяльність.

Крім зазначених функцій, які виконує підприємство у межах національної економіки, є зовнішньоекономічні функції. Підприємство бере участь у міжнародному обміні товарів, спільному з іноземними партнерами виробництві, будівництві, науково-технічному співробітництві.

Отже, підприємство є основною організаційною ланкою народного господарства будь-якої країни.

Підприємство - самостійний господарюючий статутний суб'єкт, який має права юридичної особи та здійснює виробничу, науково-дослідницьку і комерційну діяльність з метою одержання відповідного прибутку (доходу).

Підприємство здійснює будь-які види господарської діяльності, якщо вони не заборонені законодавством України і відповідають цілям, передбаченим статутом підприємства. У разі збиткової діяльності підприємств держава, якщо вона визнає продукцію цих підприємств суспільно необхідною, може надавати таким підприємствам дотацію, інші пільги.

10.2 Види та об'єднання підприємств

Відповідно до форм власності можуть діяти підприємства таких видів: (Рис. 2.10).

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

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

Відповідно до обсягів господарського обороту та чисельності працівників (незалежно від форм власності) підприємство може бути віднесено до категорії малих підприємств (про це йтиметься у наступних темах). Можуть діяти інші види та категорії підприємств, створення яких не суперечить законодавчим актам України.



Рисунок 2.10 – Види підприємств в Україні

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

Існують такі об'єднання підприємств:

асоціації - договірні об'єднання, створені з метою постійної координації господарської діяльності. Асоціація не має права втручатися у виробничу і комерційну діяльність будь-кого з її учасників;

корпорації - договірні об'єднання, створені на основі поєднання виробничих, наукових та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного з учасників;

консорціуми - тимчасові статутні об'єднання промислового і банківського капіталу для досягнення спільної мети;

концерни - статутні об'єднання підприємств промисловості, наукових організацій, транспорту, банків, торгівлі тощо на основі повної фінансової залежності від одного або групи підприємців.

10.3 Господарські товариства

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

До господарських товариств належать акціонерні товариства, товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства (Рис. 2.11).



Рисунок 2.11 – Види господарських товариств

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

Акціонерне товариство - це товариство, яке має статутний фонд, поділений на визначену кількість акцій рівної номінальної вартості, і несе відповідальність за зобов'язаннями тільки майном товариства.

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

Загальна номінальна вартість випущених акцій становить статутний фонд акціонерного товариства, який не може бути меншим суми, еквівалентної 1250 мінімальним заробітним платам, виходячи зі ставки мінімальної заробітної плати, діючої на момент створення акціонерного товариства.

До акціонерних товариств належать такі: відкрите акціонерне товариство, акції якого можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки та купівлі-продажу на біржах; закрите акціонерне товариство, акції якого розподіляються між засновниками і не можуть розповсюджуватися шляхом підписки, купуватися та продаватися на біржі.

Закрите акціонерне товариство може бути реорганізовано у відкрите шляхом реєстрації його акцій у порядку, передбаченому законодавством про цінні папери і фондову біржу, і внесенням змін до статуту товариства.

Засновниками акціонерного товариства можуть бути юридичні особи та громадяни. Засновники акціонерного товариства укладають між собою договір, що визначає порядок здійснення ними спільної діяльності по створенню акціонерного товариства, відповідальність перед особами, що підписалися на акції, і третіми особами. Засновники несуть спільну відповідальність за зобов'язаннями, що виникли до реєстрації акціонерного товариства.

Для створення акціонерного товариства засновники повинні зробити повідомлення про намір створити акціонерне товариство, здійснити підписку на акції, провести установчі збори і державну реєстрацію акціонерного товариства.

Розглянемо структуру акціонерного товариства (АТ) на прикладі Львівського концерну "Електрон", утвореного в червні 1992 р. Це акціонерне товариство (Рис. 2.12) об'єднує понад 50 тисяч акціонерів, велику кількість філій (35), дочірніх підприємств (22) та спільних підприємств (10).

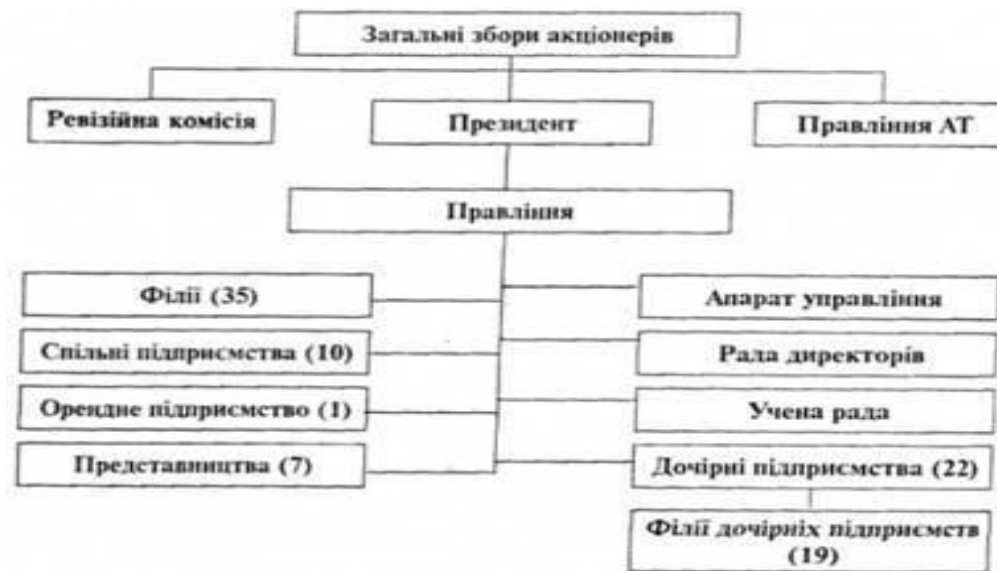


Рисунок 2.12 – Структура акціонерного товариства концерну «Електрон»

Товариство з обмеженою відповідальністю - це товариство, що має статутний фонд, розділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність у межах їхніх вкладів.

У випадках, передбачених установчими документами, учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства також у межах не внесеної частини вкладу.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється статутний фонд, розмір якого повинен становити не менше суми, еквівалентної 100 мінімальним заробітним платам, виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, діючої на момент створення товариства з обмеженою відповідальністю. Такий самий розмір статутного фонду і в інших господарських товариствах. До моменту реєстрації товариства з обмеженою відповідальністю кожен з учасників зобов'язаний внести не менше 30 відсотків вказаного в установчих документах вкладу, що підтверджується документами, виданими банківською установою. Учасник зобов'язаний повністю внести свій вклад не пізніше року після реєстрації товариства. У разі невиконання цього зобов'язання у визначений строк учасник, якщо інше не передбачено установчими документами, сплачує за час прострочки 10 відсотків річних із недовнесеної суми.

Учаснику товариства з обмеженою відповідальністю, який повністю вніс вклад, видається свідоцтво товариства.

Товариство з додатковою відповідальністю - це товариство, статутний фонд якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів.

Учасники такого товариства відповідають за його борги своїми внесками до статутного фонду, а при недостатності цих сум - додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до внеску кожного учасника. Граничний розмір відповідальності учасників передбачається в установчих документах.

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

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

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

Запитання для самоконтролю

1. Підприємство як організаційна структура підприємництва.
2. Види підприємств та об'єднань підприємств.
3. Господарські товариства. Які види господарських товариств використовуються у підприємстві?
4. Акціонерні товариства та їх види.

ТЕМА 11 Мале підприємництво в Україні

11.1 Економічна суть малого підприємництва

11.2 Роль та функції малого підприємництва

11.3 Особливості розвитку малого підприємництва в Україні і за кордоном

11.1 Економічна суть малого підприємництва

Одним із перспективних напрямів створення конкурентного ринкового середовища є розвиток малого підприємництва. Сьогодні цілком очевидно, що успіх ринкових перетворень великою мірою визначатиметься тим, як вдасться реалізувати потенціал малого підприємництва, цього динамічного і мобільного сектора економіки.

Відповідно до розмірів підприємств, масштабів їх діяльності підприємництво поділяють на мале, середнє та велике. У світі є фірми-гіганти з багатомільярдними оборотами, на яких працюють десятки й сотні тисяч працівників. Існують і розвиваються крихітні фірми, на яких зайнято дві-три особи. Розмір підприємств залежить від виробничої функції підприємства, технологічного типу виробничого процесу, здатності швидко реагувати на зміни ринкової ситуації, рух попиту, появу нових потреб у суспільстві тощо.

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

Набутий власний досвід, позитивні результати розвитку малого підприємництва в країнах, які пройшли етап реформування економічних систем, свідчать про те, що воно є одним із засобів усунення диспропорцій на окремих товарних ринках, створення додаткових робочих місць і скорочення безробіття, активізації інноваційних процесів, розвитку конкуренції, швидкого насичення ринку товарами та послугами.

Мале підприємництво є органічним структурним елементом ринкової економіки. Цей сектор економіки історично і логічно відігравав роль необхідної передумови створення ринкового середовища. Він був первинною вихідною формою ринкового господарювання у вигляді дрібнотоварного виробництва.

У структурі сучасної змішаної економіки співіснують та органічно взаємодоповнюються мале, середнє та велике підприємництво. Але на відміну від двох останніх, мале підприємництво є вихідним, найбільш чисельним, а тому і найбільш поширеним сектором економіки. Відмінності між цими трьома видами підприємництва обумовлені різним рівнем суспільного розподілу праці, характером спеціалізації та усупільнення виробництва, а також вибором технологічного типу виробничого процесу.

Мале підприємництво - це самостійна, систематична, ініціативна господарська діяльність малих підприємств та громадян-підприємців(фізичних осіб), яка проводиться на власний ризик з метою отримання прибутку.

Практично, це будь-яка діяльність (виробнича, комерційна, інноваційна, фінансова, страхова тощо) зазначених суб'єктів господарювання, що спрямована на реалізацію власного економічного інтересу.

Мале підприємництво здійснюється створенням і функціонуванням розгалуженої системи малих підприємств.

Малі підприємства - це організаційно-економічний вид підприємств, які кваліфікуються за показником чисельності зайнятих працівників з градацією за сферами діяльності, обсягом основного капіталу, річного обороту тощо.

В Україні, зокрема, до малих підприємств відносяться підприємства з кількістю зайнятих від 15 до 200 осіб залежно від галузі або виду діяльності. Так, у промисловості та будівництві малими вважаються підприємства, на яких працює до 200 осіб, в інших галузях виробничої сфери - до 50 осіб, у науці та науковому обслуговуванні - до 100 осіб, у галузях невиробничої сфери - до 25 осіб, а в роздрібній торгівлі - до 15 осіб.

Відповідно до Закону України "Про державну підтримку малого підприємництва", який було ухвалено 19 жовтня 2000 р., суб'єктами малого підприємництва є фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності, та юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб, а обсяг річного валового доходу не перевищує 500 тис. євро.

Існують також мікропідприємства.

Мікропідприємства - це суб'єкти малого підприємництва з чисельністю працюючих за звітний період до десяти осіб включно, обсяг виручки яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 500 тис. грн.

За оцінками експертів Світового банку, тільки у країнах, що розвиваються, існує близько 50-ти визначень малого підприємства. У різних країнах використовують різні класифікаційні ознаки (критерії) віднесення підприємства до розряду малих. Так, у Японії такими критеріями вважають розмір капіталу, чисельність працюючих та галузеву належність. Згідно з чинним законодавством в Японії до малих та середніх відносять юридично самостійні підприємства, що мають до 300 робітників у галузях промисловості, будівництва, транспорту, зв'язку, кредиту, комунального господарства; до 100 - в оптовій торгівлі; до 50 - в роздрібній торгівлі та сфері послуг. На практиці малі та середні підприємства поділяють на сім груп, залежно від чисельності зайнятих: 1-4, 5-9, 10-29, 30-49, 50-59, 100-299, 300-499 робітників. У Великобританії у виробничій сфері фірма офіційно вважається малою, якщо в ній зайнято до 200 осіб. У більшості ж інших секторів економіки основним критерієм визначення малого підприємства є показник річного обороту, який не повинен перевищувати 250 тис. фунтів стерлінгів. Кількість зайнятих і обсяг основного капіталу - такі критерії віднесення підприємства до розряду дрібних в Італії; в Індії чисельність зайнятих і обсяг інвестицій, а в багатьох галузях - ще й рівень використання енергії.

Мале підприємництво є провідним сектором ринкової економіки. Так, наприклад, частка малого та середнього підприємництва у загальній кількості зайнятих у країнах ЄС сягає 72%. В Італії цей показник становить 73%, в Японії - 78%, в Україні - не перевищує 10%. Мале підприємництво здійснює структурну перебудову економіки, швидко окупність витрат, свободу ринкового вибору; забезпечує насичення ринку споживчими товарами та послугами повсякденного попиту; створює додаткові робочі місця; має високу мобільність, раціональні форми управління; формує новий соціальний прошарок підприємців-власників; сприяє послабленню монополізму, розвитку конкуренції (Рис. 2.13).

11.2 Роль та функції малого підприємництва

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

По-перше, мале підприємництво формує конкурентне середовище. Відомо, що в умовах вільної ринкової економіки конкуренція є відображенням відносин змагання між господарськими елементами, коли їх самостійна діяльність ефективно обмежує можливості кожного з них вплинути на загальні умови обігу товарів наданому ринку, а також стимулює виробництво тих товарів, яких потребує споживач. Тоді діяльність учасників ринкових відносин набуває динамічного характеру, вона пов'язана з економічною відповідальністю та ризиком підприємця, що перетворює його в своєрідний соціальний двигун економічного розвитку.

Мале підприємництво сприяє утвердженню конкурентних відносин, бо воно є антимонопольним за самою своєю природою, що проявляється в різноманітних аспектах його функціонування. З одного боку, мале підприємництво, внаслідок багато чисельності елементів, що його складають, та їх високого динамізму значно меншою мірою піддається монополізації, ніж великі підприємства. З іншого боку, за умов вузької спеціалізації й використання новітньої техніки воно виступає як дійовий конкурент, що підриває монополісні позиції великих корпорацій. Саме ця риса малого підприємництва відіграла суттєву роль у послабленні, а іноді й у подоланні розвинутими країнами притаманній великому капіталу тенденції до монополізації та затримці технічного прогресу.

По-друге, мале підприємництво, оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості. Ця його риса набула в сучасних умовах особливого значення завдяки швидкій індивідуалізації та диференціації споживчого попиту, прискоренню науково-технічного прогресу (НТП), зростанню номенклатури промислових товарів та послуг.

По-третє, величезним є внесок малого підприємництва у здійснення прориву з ряду важливих напрямків НТП, передусім у галузі електроніки, кібернетики, інформатики. Сприяючи прискоренню реалізації новітніх технічних і комерційних ідей, випуску наукоємної продукції, мале підприємництво тим самим виступає провідником НТП. Наприклад, більшість дрібних фірм, що з'явилися наприкінці 80-х років у Великобританії, є найбільш технічно оснащеними. А у США на сектор малого підприємництва припадає близько 50% науково-технічних розробок.



Рисунок 2.13 – Роль малого підприємництва в ринковій економіці

По-четверте, мале підприємництво робить вагомий внесок у вирішення проблеми зайнятості: це створення нових робочих місць і поглинання надлишкової робочої сили під час циклічних спадів та

структурних зрушень економіки. В розвинутих країнах на мале підприємництво припадає в середньому 50% всіх зайнятих та до 70 - 80% нових робочих місць. Якщо в період криз 70 - 80-х років у розвинутих країнах йшов процес скорочення робочих місць на великих підприємствах, то дрібні фірми їх не лише зберегли, а й навіть створювали нові.

По-п'яте, важлива функція малого підприємництва полягає в пом'якшенні соціальної напруги і демократизації ринкових відносин, бо саме воно є фундаментальною основою формування середнього класу. Отже, мале підприємництво виконує функцію послаблення притаманній ринковій економіці тенденції до соціальної диференціації та розширення соціальної бази реформ, що здійснюються наданому етапі. Без орієнтації на таку соціальну базу ринкового середовища, яким є середній клас, запроваджені реформи приречені на провал.

Отже, роль та функції малого підприємництва полягають не тільки в тому, що воно є одним із найважливіших дійових факторів економічного розвитку суспільства, яке спирається на ринкові методи господарювання. Його важливою функцією є сприяння соціально-політичній стабільності суспільства, тобто воно відкриває простір вільному вибору шляхів і методів роботи на користь суспільства та забезпечення власного добробуту.

За умов дестабілізації економіки, обмеження фінансових ресурсів саме суб'єкти малого підприємництва не вимагають великих стартових інвестицій, мають швидке обертання ресурсів.

Мале підприємництво - досить проста і найменш дорога форма підприємницької діяльності. Більшість підприємців розпочинають свій бізнес саме з малого підприємництва завдяки його перевагам.

Отже, *переваги малого підприємництва*: легкий шлях починання справи; найменші обмеження з боку держави; найбільша свобода дій; можливість використання додаткових пільг; найбільш раціональна форма самореалізації тощо.

Мале підприємництво має також і значні соціально-психологічні переваги, в основі яких лежить специфічна мотивація до праці, що передбачає подолання елементів відчуження і залучення елементів економічного та неекономічного заохочення.

Малому підприємству притаманні соціальні джерела активізації колективної праці, чого не існує на великих фірмах. Властивий для невеликих підприємств дух ініціативи, підприємливості та динамізму виражається в особливих людських відносинах та специфічному соціально-психологічному кліматі. У невеликих трудових колективах, пов'язаних єдиним прагненням до самостійності та виживання, відроджується почуття господаря, скорочуються до мінімуму елементи бюрократизму. На малих фірмах відносини у трудовому колективі відзначаються простотою, відсутністю відчуженості, що породжує

особливу атмосферу сумісної праці, яка допомагає швидкому вирішенню трудових конфліктів між адміністрацією і робітниками.

11.3 Особливості розвитку малого підприємництва в Україні і за кордоном

Про значення малого підприємництва свідчать інтегровані показники, що характеризують стан сектора малого підприємництва у розвинутих країнах, які підкреслюють фундаментальну роль малого підприємництва в соціально-економічному та політичному житті кожної країни (табл. 2.4). Показниками вагомості ролі малого підприємництва як інтегруючого структурного елементу системи сучасної ринкової економіки є передусім дані про його кількісні параметри.

Кількість діючих малих підприємств в Україні за останні вісім років збільшилась майже у дванадцять разів (з 19598 у 1991 р. до 233607 у 2001 р.). Про місце і значення малого та середнього підприємництва (МСП) свідчать показники його ролі в ринковій економіці, зокрема частка МСП у загальній кількості зайнятих та його частка у ВВП. Так, частка МСП у загальній кількості зайнятих становить понад половину у США та Франції (54%), в Італії (73%), в Японії (78%). В Україні ж станом на 1 січня 2002 р. середньооблікова кількість працівників, зайнятих на малих підприємствах, становила 1807,6 тис. чоловік, тобто 9,0% зайнятого населення. Більше половини ВВП у зазначених країнах виробляється в секторі малого та середнього підприємництва. Частка продукції малих підприємств у валовому внутрішньому продукті України у п'ять-шість разів менша, ніж у розвинутих країнах, і становить лише близько 11%.

Питома вага малих та середніх підприємств у загальній кількості підприємств коливається, наприклад, від 94% у Великобританії до 99% у Франції. В Україні цей показник становить лише 20%.

Внесок малого підприємництва у створення валового продукту в Україні становить 9,0% порівняно з 60% (середній показник) у розвинутих країнах.

За обсягом діяльності частка малого підприємництва в Україні настільки мала, що не може задовольнити ані суспільні потреби, ані відігравати роль повноцінного ринкового чинника, тобто впливати на досягнення ринкового балансу і конкурувати з великими підприємствами.

Сфера діяльності малих підприємств практично необмежена. Підприємства даного сектора економіки в розвинутих країнах створюються та функціонують пропорційно в усіх сферах та галузях. В Україні значна частка малих підприємств функціонує в торгівлі та громадському харчуванні (понад 50%). У промисловості та будівництві кількість малих підприємств від їх загальної кількості становить відповідно 15 та 10%.

Розв'язання існуючих проблем розвитку малого підприємництва в Україні, створення відповідного середовища потребують докорінної перебудови державної політики щодо сприяння цьому сектору економіки. Мова, зокрема, йде про створення відповідної правової бази розвитку малого підприємництва, фінансово-кредитну та матеріально-технічну підтримку, науково-методичне, інформаційно-консультативне та кадрове забезпечення розвитку малого підприємництва.

Запитання для самоконтролю

1. Економічна суть малого підприємництва.
2. Місце і роль малого підприємництва в економіці. Сфери функціонування малих підприємств. Загальні функції малого підприємництва.
3. Переваги та недоліки малого бізнесу.
4. Організаційна структура управління малим підприємництвом.
5. Особливості розвитку малого підприємництва в Україні та за кордоном.

РОЗДІЛ 3 ОРГАНІЗАЦІЯ ТА ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМНИЦТВА

ТЕМА 12 Підприємницькі ризики: сутність, функції, класифікація та джерела виникнення

12.1 Сутність підприємницького ризику

12.2 Функції підприємницького ризику

12.3 Класифікація та джерела підприємницького ризику

12.1 Сутність підприємницького ризику

Найважливішою особливістю підприємництва є наявність ризику як на стадії створення нової підприємницької структури, так і на стадії подальшого її функціонування. Причина ризикованості підприємницької діяльності пов'язана не тільки з роботою самого підприємства і його персоналу, але значною мірою визначена ситуацією, що складається у зовнішньому підприємницькому середовищі.

Підприємницький ризик - це кількісна та якісна економічна категорія, яка виражається у невизначеності результату підприємницької діяльності і є показником ефективності діяльності підприємця. Під час визначення підприємницького ризику зазвичай розрізняють поняття «витрати», «збитки», «втрати». Будь-яка підприємницька діяльність неминуче пов'язана з витратами, тоді як збитки мають місце за несприятливим збігом обставин, прорахунками і є умовою додаткових витрат. Зазначене характеризує категорію «ризик» з якісного боку, але створює основу для перекладу поняття «підприємницький ризик» у кількісний вимір. Дійсно, якщо ризик - це небезпека втрати ресурсів або доходу, то існує його кількісна міра, обумовлена абсолютним або відносним рівнем втрат.

В абсолютному вираженні ризик може визначатися величиною можливих втрат у матеріально-речовинному (фізичному) або вартісному (грошовому) вираженні, якщо тільки збиток піддається такому виміру. У відносному вираженні ризик визначається як величина можливих втрат, віднесена до деякої бази, у вигляді якої найбільш зручно приймати або майновий стан підприємця, або загальні витрати ресурсів на цей вид підприємницької діяльності, або очікуваний дохід (прибуток) від підприємництва. Ризик визначається величиною втрат. Втратами вважається зниження прибутку, доходу порівняно з очікуваними величинами. Тому аналіз ризику завжди пов'язаний з вивченням втрат.

Втрати, які можуть бути в підприємницькій діяльності, доцільно розділяти на матеріальні, трудові, фінансові, втрати часу, спеціальні види втрат. Щодо кожного окремого з перерахованих видів втрат застосовні свої одиниці виміру. **Матеріальні види втрат** проявляються в

непередбачених підприємницьким проектом додаткових витратах або прямих втратах устаткування майна, продукції, сировини, енергії тощо. **Трудові втрати** представляють втрати робочого часу, викликані випадковими, непередбаченими обставинами, і вимірюються в людино-годинах.

Фінансові втрати - це прямий грошовий збиток, пов'язаний з непередбаченими платежами, виплатою штрафів, сплатою додаткових податків, втратою грошових коштів і цінних паперів. Фінансові втрати виникають за несплати контрактів, неповернення боргів, під час зниження цін на реалізовані товари. Особливі види грошового збитку пов'язані з інфляцією, зміною валютного курсу гривні. Існують і тимчасові фінансові втрати, зумовлені заморожуванням рахунків, несвоєчасною видачею коштів, відстрочкою виплати боргів. Втрати часу існують тоді, коли процес підприємницької діяльності йде повільніше, ніж було намічено. Спеціальні види втрат проявляються у вигляді нанесення шкоди здоров'ю та життю людей, навколишньому середовищу, іміджу підприємця, а також унаслідок інших несприятливих соціальних і морально-психологічних наслідків. Спеціальні види втрат досить важко визначити в кількісному, тим більше у вартісному вираженні. Фактори виникнення ризику мають як негативні, так і позитивні боки. Наприклад, добросовісна конкуренція підприємців виконує позитивну функцію в економіці, що є двигуном прогресу, умовою існування цивілізованих підприємців. Недобросовісної конкуренції властива негативна функція, тому у всіх країнах така конкуренція законодавчо заборонена. Господарюючим суб'єктам забороняється займати домінуюче становище на ринку, встановлювати монопольно високі або монопольно низькі ціни, організовувати недобросовісну рекламу.

12.2 Функції підприємницького ризику

Підприємницькому ризику властиві такі функції: аналітична, регулятивна, захисна й інноваційна. *Аналітична функція* ризику пов'язана з аналізом усіх факторів і умов здійснення успішної підприємницької діяльності. Вона виражається у формі вибору однієї з альтернатив (позитивної) вирішення ризикових ситуацій, що виникають у діяльності підприємців за допомогою застосування економіко-математичних розрахунків передбачуваних наслідків ризику, використання теорії ймовірності та закону повторюваності економічних подій. *Регулятивна функція* проявляється у впливі на підприємців у процесі прийняття ними рішень на всіх стадіях життєвого циклу фірми, тому вона пов'язана з прийняттям таких рішень, реалізація яких допоможе уникнути (або зменшити наслідки) ризику. Усі наслідки підприємницького ризику несе сам підприємець, тому він об'єктивно використовує *захисну функцію*

ризик за допомогою розробки обґрунтованого бізнес-плану, укладання договорів із сумлінними господарюючими партнерами, виконання в термін зобов'язання перед бюджетом, щоб уникнути неспроможності (банкрутства). *Інноваційна функція* ризику виявляється в тому, що можливість виникнення ризику і його негативних наслідків стає умовою пошуку підприємцем нетрадиційних рішень, сприяє впровадженню нововведень у виробничий процес, застосування нових технологій, обладнання, сировини, матеріалів з тим, щоб з меншими витратами виробити більше продукції (робіт, послуг). Інноваційна функція ризику стимулює підприємців для вдосконалення управління і виробництва, планування своєї діяльності.

12.3 Класифікація та джерела підприємницького ризику

Досліджуючи природу ризиків, зазначаємо, що існує безліч підходів до його класифікації. Певний інтерес викликає класифікація підприємницького ризику І. Шумпетером, який виділяє два види ризику: - ризик, пов'язаний з можливим технічним провалом виробництва, до цього належить також небезпека втрати благ, породжена стихійними лихами; - ризик, пов'язаний з відсутністю комерційного успіху. З ризиком підприємець стикається на різних етапах своєї діяльності, і, очевидно, причин виникнення конкретної ризикової ситуації може бути досить багато. Зазвичай під причиною виникнення мається на увазі будь-яка умова, що викликає невизначеність результату ситуації. Для ризику такими джерелами є: безпосередньо господарська діяльність, діяльність самого підприємця, недолік інформації про стан зовнішнього середовища, що впливає на результат підприємницької діяльності. Виходячи з цього потрібно розрізняти **підприємницькі ризики**:

- ризик, пов'язаний з господарською діяльністю; - ризик, пов'язаний з особистістю підприємця; - ризик, пов'язаний з недостовірністю інформації про стан зовнішнього середовища.

Класифікація ризиків за джерелами (своїм змістом) виглядає таким чином:

1) виробничий ризик пов'язаний безпосередньо з виробництвом та реалізацією виробленої продукції. У сучасних економічних умовах виробничий ризик найпоширеніший, тому виробниче підприємництво є найбільш ризиковим. У сфері виробництва існують такі ризики:

- невиконання господарських договорів; - зміни кон'юнктури ринку; - посилення конкуренції; - виникнення непередбачених витрат; - втрати майна підприємства;

2) комерційний ризик виникає в процесі закупівлі та реалізації товару. На комерційну діяльність впливають такі чинники: підвищення цін

під час закупівлі товару і зниження цін щодо його реалізації; підвищення витрат зі зберігання і транспортування товару; псування або втрата товару;

3) фінансовий ризик пов'язаний з фінансовим забезпеченням підприємницької діяльності. Більшою мірою він супроводжує фінансове підприємництво і настає у разі неплатоспроможності партнерів, падіння або підвищення курсу валюти, обвалення ринку цінних паперів (фондового ринку) тощо;

4) інвестиційний ризик пов'язаний із знеціненням інвестиційно-фінансового портфеля, що складається з власних і придбаних цінних паперів;

5) ринковий ризик залежить від коливання національних валют і банківських процентних ставок, інфляційних процесів;

6) екологічний ризик пов'язаний з можливим забрудненням навколишнього природного середовища підприємницькими організаціями у процесі своєї діяльності. Також вони можуть виникати в результаті техногенних катастроф, аварій;

7) інформаційний ризик обумовлений, з одного боку, якістю, тобто достатністю, достовірністю та своєчасністю самої інформації, а з іншого - умінням підприємця або співробітників правильно оцінити і використовувати певну інформацію. З точки зору часу виникнення виділяються дві групи ризиків: постійні і тимчасові: постійні ризики - це ті ризики, ймовірність виникнення яких існує упродовж усього життєвого циклу підприємницької організації, тимчасові ризики - пов'язані з певними операціями, операціями, які здійснюються підприємницькими фірмами упродовж обмеженого періоду часу. За можливістю регулювання ступеня ризику ризики поділяються на керовані, некеровані і нейтральні.

Керовані ризики - це внутрішні ризики, адже джерело їхнього виникнення - сама підприємницька організація і, відповідно, вона може ними керувати, **некеровані ризики** - це ризики зовнішнього середовища, на які впливати практично неможливо. Потрібно зазначити, що великі підприємницькі структури на відміну від невеликих фірми можуть впливати на окремі фактори зовнішнього підприємницького середовища за допомогою лобіювання (зміна законодавства), і такі ризики належать до нейтральних. Будь-яка підприємницька діяльність схильна до впливу різних зовнішніх і внутрішніх факторів. У зв'язку з цим за сферою виникнення та дії ризики бувають внутрішні, зовнішні і змішані.

Джерелом виникнення внутрішніх ризиків є, власне, підприємницька організація, і вони пов'язані з помилками, допущеними під час вибору стратегії і тактики та прийняття окремих управлінських рішень. Ці ризики виникають у разі: - неефективного менеджменту; - неефективної маркетингової політики; - неправильної організації процесів виробництва й обігу; - неефективного використання або нестачі фінансових коштів; - у результаті внутрішньо фірмових зловживань. Серед основних внутрішніх

ризиків можна зазначити **кадрові ризики**, пов'язані з професійним рівнем і рисами характеру співробітників підприємницької фірми. Джерелом виникнення зовнішніх ризиків є зовнішнє підприємницьке середовище. До зовнішніх факторів належать умови діяльності, які підприємець не може змінити, але при цьому зобов'язаний їх враховувати, оскільки вони впливають на результати його бізнесу. Таким чином, до зовнішніх належать ризики, безпосередньо не пов'язані з діяльністю підприємця. Йдеться про непередбачені зміни законодавства, що регулює підприємницьку діяльність, нестійкість політичного режиму в країні тощо.

Запитання для самоконтролю

1. Що таке підприємницький ризик? З якими категоріями він пов'язаний?
2. Охарактеризуйте функції підприємницького ризику.
3. Як класифікують ризик за джерелами виникнення?
4. Що є джерелом виникнення внутрішніх ризиків?
5. Охарактеризуйте процес управління підприємницькими ризиками.

ТЕМА 13 Організація підприємницької діяльності

- 13.1 Суб'єкти підприємницької діяльності
- 13.2 Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності
- 13.3 Порядок ліцензування підприємницької діяльності
- 13.4 Припинення підприємницької діяльності

13.1 Суб'єкти підприємницької діяльності

Організація бізнесу - це завжди величезний ризик і подолання опору, що неминуче виникає при народженні нового. Організація підприємницької діяльності за своєю природою має процесуальний характер. Перш ніж створити власну справу, необхідно дати відповідь на такі питання: хто може здійснювати підприємницьку діяльність: хто не допускається до заняття підприємницькою діяльністю; які існують обмеження у здійсненні такої діяльності; як отримати ліцензію на здійснення окремих видів діяльності; які основні підстави щодо припинення підприємницької діяльності.

Підприємницька діяльність здійснюється від імені і під майнову відповідальність певними суб'єктами. Хто ж може в Україні здійснювати підприємницьку діяльність?

Суб'єктами підприємницької діяльності (підприємцями) можуть бути:

-громадяни України, інших держав, особи без громадянства, не обмежені законом у правоздатності або дієздатності;

-юридичні особи всіх форм власності, встановлених Законом України "Про власність";

-об'єднання юридичних осіб, що здійснюють діяльність в Україні на умовах угоди про розподіл продукції. Не допускаються до здійснення підприємницької діяльності такі категорії громадян: військовослужбовці, службові особи органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного арбітражу, державного нотаріату, а також органів державної влади й управління, які покликані здійснювати контроль за діяльністю підприємств.

Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути зареєстровані як підприємці з правом здійснення відповідного виду діяльності до закінчення терміну, встановленого вироком суду.

Особи, які мають непогашену судимість за крадіжки, хабарництво та інші корисливі злочини, не можуть бути зареєстровані як підприємці, не можуть виступати співзасновниками підприємницької організації, а також займати в підприємницьких товариствах та їх спілках (об'єднаннях) керівні посади і посади, пов'язані з матеріальною відповідальністю.

13.2 Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності

У Конституції України записано, що "кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом" (ст. 42). Тобто підприємці мають право без обмежень приймати рішення і здійснювати самостійно будь-яку діяльність, що не суперечить законодавству. Разом з тим законодавчими актами передбачено обмеження у здійсненні підприємницької діяльності, зокрема, законодавче встановлено перелік видів діяльності, підприємництво в яких не передбачено.

Так, діяльність, пов'язана з обігом наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, виготовленням і реалізацією військової зброї та боєприпасів до неї, вибухових речовин, видобуванням бурштину, охороною окремих особливо важливих об'єктів державної власності, перелік яких визначається у встановленому Кабінетом Міністрів України порядку, а також діяльність, пов'язана із розробленням, випробуванням, виробництвом та експлуатацією ракет-носіїв, у тому числі з їх космічними запусками з будь-якою метою, може здійснюватися тільки державними підприємствами й організаціями.

Діяльність, пов'язана з технічним обслуговуванням та експлуатацією первинних мереж (крім місцевих мереж) та супутникових систем телефонного зв'язку в мережах зв'язку загального користування (крім супутникових систем телефонного зв'язку в мережах загального користування, які мають наземну станцію спряження на території України

та створюються або розгортаються за допомогою національних ракет-носіїв або національних космічних апаратів), пересиланням грошових переказів, листів до 20 грамів, поштових карток, виплатою та доставкою пенсій, грошової допомоги малозабезпеченим громадянам, здійснюється виключно державними підприємствами і об'єднаннями зв'язку.

Окремі види потребують спеціального дозволу (ліцензії). Ліцензуванню підприємницької діяльності підлягають лише ті види підприємницької діяльності, які безпосередньо впливають на здоров'я людини, навколишнє природне середовище та безпеку держави. Для здійснення підприємницької діяльності, що ліцензується, необхідно отримати відповідну ліцензію та дотримуватись певних умов і правил здійснення даного виду діяльності (ліцензійні умови), які встановлює Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган.

Види господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, порядок їх ліцензування визначається Законом України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності", який було ухвалено 1 червня 2000 р.

Ліцензія - це документ, що видається Кабінетом Міністрів України або уповноваженим ним органом виконавчої влади, згідно з яким власник ліцензії має право займатися певним видом підприємницької діяльності.

13.3 Порядок ліцензування підприємницької діяльності

Суб'єкт господарювання, який має намір провадити певний вид господарської діяльності, що ліцензується, особисто або через уповноважений ним орган чи особу, звертається до відповідного органу ліцензування із заявою встановленого зразка про видачу ліцензії.

У заяві про видачу ліцензії повинні міститися такі дані:

1) відомості про суб'єкта господарювання - заявника:

- найменування, місцезнаходження, банківські реквізити, ідентифікаційний код - для юридичної особи;

- прізвище, ім'я, по батькові, паспортні дані (серія, номер паспорта, ким і коли виданий, місце проживання), ідентифікаційний номер фізичної особи - платника податків та інших обов'язкових платежів - для фізичної особи;

2) вид господарської діяльності, вказаний згідно з статтею 9 Закону України "Про ліцензування певних видів господарської діяльності" (повністю або частково), на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію.

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

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

Для окремих видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, до заяви про видачу ліцензії також додаються документи, вичерпний перелік яких встановлюється Кабінетом Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування.

Органу ліцензування забороняється вимагати від суб'єктів господарювання інші документи, не вказані у цьому Законі, крім документів, передбачених частиною п'ятою цієї статті.

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

Заява про видачу ліцензії залишається без розгляду, якщо заява подана (підписана) особою, яка не має на це повноважень, якщо документи оформлені з порушенням вимог цієї статті.

Про залишення заяви щодо видачі ліцензії без розгляду заявник повідомляється в письмовій формі із зазначенням підстав залишення заяви про видачу ліцензії без розгляду у строки, передбачені для видачі ліцензії.

Після усунення причин, що були підставою для винесення рішення про залишення заяви щодо видачі ліцензії без розгляду, заявник може повторно подати заяву про видачу ліцензії, яка розглядається у порядку, встановленому цим Законом.

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

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

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

-недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії; -невідповідність заявника згідно з поданими документами ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, зазначеного у заяві про видачу ліцензії. У разі відмови у видачі ліцензії на підставі виявлення недостовірних даних у документах, поданих

заявником щодо видачі ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії не раніше ніж через три місяці з дати прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії.

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

Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

13.4 Припинення підприємницької діяльності

Підприємства можуть припинити свою діяльність не тільки з причини нерентабельності, а й тому, що змінюють форму функціонування, об'єднуються з іншим підприємством, відокремлюються з розподілом майна і т. ін. Проте в усіх цих випадках порушуються інтереси як власників, так і найманих працівників, які потребують допомоги, захисту і можуть розраховувати у цих випадках на державу.

*Для припинення діяльності суб'єкта підприємництва існують два шляхи - **реорганізація та ліквідація**.*

Підприємство реорганізується у таких випадках: -злиття з іншим підприємством та утворення в результаті нового підприємства, до якого переходять усі майнові права та обов'язки обох підприємств; -приєднання одного підприємства до іншого. В результаті до останнього переходять усі майнові права та обов'язки підприємства, що приєднується:

-поділу підприємства. Новим підприємствам, що виникли, переходять за домовленістю сторін у відповідних частинах (частках) майнові права і обов'язки розділеного підприємства;

-виділення з підприємства одного або кількох нових, яким переходять за актом (балансом) у відповідних частинах (частках) майнові права і обов'язки реорганізованого підприємства;

-перетворення одного підприємства в інше. До нового підприємства переходять усі майнові права і обов'язки реорганізованого.

Ліквідація підприємства (фірми) здійснюється: -з власної ініціативи підприємця; -у разі закінчення строку дії ліцензії або її анулювання; -за рішенням вищого органу підприємства (фірми); -на підставі рішення суду або арбітражного суду: -за клопотанням банківських органів у разі неплатоспроможності та визнання його банкрутом; контролюючих органів за систематичне або грубе порушення чинного законодавства; -за іншими підставами, передбаченими засновницькими документами та законодавчими актами України.

Ліквідація підприємства (фірми) здійснюється ліквідаційною комісією, яка створюється власником або уповноваженим ним органом, а у випадку банкрутства - судом або арбітражним судом. За рішенням судових органів ліквідація може провадитися і органом управління підприємством (фірмою).

Ліквідаційна комісія або орган, який провадить ліквідацію, публікує в офіційній пресі інформацію про ліквідацію підприємства (фірми); повідомляє порядок і строк прийняття претензій; оцінює наявне майно підприємства; виявляє дебіторів і кредиторів (розраховується з ними); здійснює заходи щодо сплати боргів третім особам; складає ліквідаційний баланс і подає його власнику або органу, який призначив ліквідаційну комісію.

Майно підприємства (фірми) та його кошти після розрахунків з бюджетом, кредиторами, оплатою праці працівників розподіляються між засновниками (учасниками) пропорційно до частки їх у майні підприємства в порядку та за умов, передбачених засновницькими документами і законодавчими актами України. Претензії, не задоволені у зв'язку із відсутністю майна, а також не визначені ліквідаційною комісією, вважаються погашеними. Спори, що виникають у процесі ліквідації між фізичними та юридичними особами, розглядають у судовому порядку.

Запитання для самоконтролю

1. Основні способи організації власного бізнесу.
2. Суб'єкти підприємницької діяльності.
3. Обмеження у здійсненні підприємницької діяльності.
4. Порядок видачі суб'єктам підприємницької діяльності спеціальних дозволів (ліцензій) на здійснення окремих видів діяльності.
5. Що гарантує успіх під час організації власного бізнесу?

ТЕМА 14 Технологія створення власної справи

- 14.1 Зміст бізнес-плану та необхідність його розробки
- 14.2 Засновницькі документи та їх підготовка
- 14.3 Статутний фонд та його формування
- 14.4 Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

14.1 Зміст бізнес-плану та необхідність його розробки

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

Бізнес-план – документ, який містить обґрунтування головних заходів, які будуть здійснені для реалізації певного комерційного проекту чи створення нової фірми. Бізнес-план – документ, що охоплює всі основні аспекти виробничої, комерційної і інших видів діяльності. Укладається терміном на 3-5 років із розбивкою по роках. Систематично коригується в залежності від кон'юнктури ринку і таким чином адаптується до ринкових ситуацій. Розробка бізнес-плану починається з визначення кінцевої мети підприємця із з'ясуванням основного питання бізнесу: що буде отримано від реалізації можливостей фірми, які будуть кінцеві фінансові результати діяльності з врахуванням ризику.

У положенні "Про типовий бізнес-план" записано: "Бізнес-планом вважається документ, який містить зобов'язання покупців щодо подальшої експлуатації об'єкта приватизації та обґрунтування можливостей їх виконання відповідно до вимог, що встановлюються фондом державного майна України". Але, як показує практика, бізнес-план необхідно розробляти не тільки при приватизації й утворенні підприємства, але і в процесі його функціонування з метою розробки орієнтирів своєї підприємницької діяльності.

Бізнес-план виконує 2 основні функції: 1) зовнішню – ознайомити різних представників ділового світу із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї; 2) внутрішню – розробити та опрацювати механізм самоорганізації підприємницького проекту.

Основними видами бізнес-плану є: - бізнес-план розвитку; - бізнес-план створення.

Вимоги до написання бізнес-планів: - він має бути стислим, простим, але адекватно розкривати сутність підприємницького проекту; - він має бути функціональним, тобто містити лише корисну інформацію (за необхідності додаткова інформація може бути винесена у додатки); - він повинен ґрунтуватися на реалістичних припущеннях; - бізнес-плану протипоказаний зайвий оптимізм (треба орієнтуватися на найгірший результат, створюючи у такий спосіб запас «міцності» бізнесу); - він повинен бути легким до сприйняття, чітким та логічним; - бізнес-план має забезпечити конфіденційність інформації про фірму та її діяльність.

Бізнес-план відіграє важливу роль як на стадіях організації, так і на стадіях функціонування підприємницької діяльності в умовах ринкових економічних відносин, оскільки у ньому обґрунтовується діяльність підприємства і прогнозування результатів цієї діяльності.

Основні розділи бізнес-плану: - юридичний статус підприємства;- основні техніко-економічні показники діяльності підприємства за звітний період; - показники виробництва основних видів продукції за звітний період та прогноз на перспективу; - реалізація продукції за звітний рік та прогноз на перспективу залежно від ринку збуту (натуральні одиниці);

- характеристика кількісних та якісних показників продукції (послуг) основних конкурентів; - існуючі канали збуту продукції (послуг) підприємства та постачання сировини на підприємство тепер та в перспективі; - перелік та характеристика за терміном служби головних машин і обладнання та пропозиції; - характеристика кількості складу працюючих; - розподіл робітників та службовців за освітнім та віковим показниками; - середня заробітна плата окремих категорій працівників;

- програма інвестиційних вкладень; - прогнозний баланс підприємства (на три роки); - прогноз прибутку та збитку (на три роки).

Бізнес-план розробляється покупцями (підприємцями-бізнесменами) у разі: - продажу об'єкта приватизації за некомерційним конкурсом;

- продажу контрольного пакета на конкурентних засадах іноземним інвесторам; - при створенні спільного (за участю держави) підприємства з іноземними інвестиціями; - також при функціонуванні підприємства з метою прогнозування результатів своєї підприємницької діяльності.

14.2 Засновницькі документи та їх підготовка

До засновницьких документів, що підтверджують статус юридичних осіб і без яких неможливо заснувати фірму, відносять статут та установчий договір. Створення малих підприємств, товариств, асоціацій, об'єднань підприємств та інших підприємницьких структур без цих основних документів неможливе. Для тих, хто створює приватні фірми на правах малих підприємств з індивідуальною формою організації бізнесу, необхідним документом є статут підприємства, а для підприємств із колективною формою організації бізнесу (товариства, об'єднання підприємств тощо) необхідні статут та установчий договір.

Що ж таке статут підприємства?

Статут підприємства - це офіційно зареєстрований документ, який визначає форму власності підприємства, сферу його діяльності, спосіб управління та контролю, порядок утворення майна підприємства й розподілу прибутку, порядок реорганізації підприємства та інші положення, які регламентують діяльність юридичної особи.

***Статут підприємства** - це його мала конституція, його основний закон.*

Завдання статуту - дати найбільш повне уявлення про правовий статус підприємства (фірми) як самостійного суб'єкта підприємницької діяльності, що має всі права юридичної особи, про його внутрішній механізм управління і самоуправління, режим формування та розпорядження його коштами і прибутком. Таке призначення статуту виявляється і в його структурі, яка, як правило, складається з таких розділів (статей), як:

- найменування та місцезнаходження фірми; · загальні положення; · предмет, цілі та напрямки діяльності фірми; · юридичний статус фірми; · зовнішньоекономічна діяльність; · майно фірми; · фонди фірми; · виробничо-господарська діяльність; · прибуток фірми та його розподіл; · відшкодування збитків; · органи управління та контролю фірми; · організація й оплата праці; · компетенція і повноваження органів трудового колективу; · облік та звітність; · припинення діяльності фірми (реорганізація та ліквідація).

Усі ці розділи повинні міститися в статутах усіх видів підприємств, незалежно від їх організаційних форм власності. Водночас вони можуть об'єднуватися, а "наповнення" цих розділів конкретними положеннями залежить від виду підприємства, вимог та бажань власників-засновників.

Організація підприємства, якщо кількість осіб, які бажають його заснувати, двоє або більше, починається з розробки та прийняття установчого договору.

Установчий договір - це угода (договір), яка укладається між двома або декількома засновниками щодо створення підприємства (фірми) певним шляхом. Суть установчого договору полягає в тому, що він є одним із різновидів згоди про спільну господарську діяльність з утворенням самостійної юридичної особи.

В установчому договорі визначаються предмет угоди, назва та юридична адреса підприємства (фірми), статутний фонд, відповідальність засновників та інші умови функціонування підприємства (фірми). Зміст установчого договору - об'єднання майна (капіталів) і підприємницьких зусиль з метою отримання прибутку. Тому головним для установчого договору є окреслення всіх параметрів взаємовідносин між учасниками фірми, передусім майнового та організаційного характеру.

Установчий договір набирає чинності з моменту його підписання всіма засновниками (учасниками) фірми.

Засновницькі документи - важливий атрибут підприємницького бізнесу. Вони підтверджують юридичний статус підприємства і через те потребують професійного підходу до укладання. Тому таку роботу, як правило, доручають фахівцям (юристам, економістам). Користуючись кваліфікованими довідковими матеріалами, а також ознайомившись з основними положеннями законодавчих актів щодо підприємницьких структур, можна провести цю роботу самостійно.

Рішення зборів оформлюють протоколом, який підписують усі засновники. У разі позитивного рішення фірму вважають заснованою. На чергових зборах розглядають та затверджують підготовлені засновницькі документи. Цей факт підтверджується протоколом. Статут та установчий договір підписують усі засновники (учасники), тиражують необхідною кількістю примірників, засвідчують державним нотаріусом і подають на

реєстрацію. Тільки після реєстрації підприємство (фірма) дістає право на функціонування.

14.3 Статутний фонд та його формування

Для створення та початку діяльності підприємства (фірми) потрібен стартовий капітал. Цю функцію виконує статутний фонд.

Статутний фонд - це сукупність грошових коштів та майна, необхідних для організації та початку функціонування підприємства (фірми).

Статутний фонд створюється внесенням вкладів засновниками (учасниками) і може поповнюватися за рахунок прибутку від господарської діяльності підприємства, а в разі потреби й за рахунок додаткових вкладів учасників, у тому числі спонсорів. Вкладом до фонду можуть бути усі види майна - будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; кошти засновників (учасників), у тому числі й у вільно конвертованій валюті; усі види майнових прав - на користування землею та іншими природними ресурсами, різними майновими об'єктами, а також на використання винаходів, "ноу-хау", інших об'єктів інтелектуальної власності та інші права, що не належать до майнових, але мають товарну вартість.

Строки, розмір, порядок внесення та оцінка вкладів кожного засновника (учасника) до статутного фонду обумовлюються в засновницьких документах. Вартість майна, яку вносять учасники до статутного фонду, визначають за цінами, що діють на час створення підприємства або за домовленістю учасників. Оцінка здійснюється як в українській, так і в іноземній валюті в перерахунку за курсом Національного банку України.

До моменту реєстрації підприємства, яке функціонує (наприклад, товариство з обмеженою відповідальністю), кожний із його учасників зобов'язаний внести до статутного фонду не менше 30% коштів, як зазначено в засновницьких документах, що має підтвердити банк. З цією метою за заявкою засновників у банку відкривається тимчасовий рахунок, який після реєстрації перетворюється у розрахунковий.

Протягом року всі учасники підприємства (фірми) повинні повністю внести свій вклад до статутного фонду. У разі невиконання учасниками цих зобов'язань за час прострочення, вони сплачують 10% річних з недовнесених сум, якщо інше не передбачено засновницькими документами.

Мінімальний обсяг статутного фонду становить: для акціонерного товариства - суму, еквівалентну 1250 мінімальним заробітним платам (відповідно до ставки на момент його створення); для інших товариств

(товариств з обмеженою та додатковою відповідальністю, повних та командитних товариств) - 100 мінімальним заробітним платам.

Обсяг статутного фонду може бути збільшений за умови, що всі учасники повністю внесли свої вклади. Зміна обсягів статутного фонду набуває чинності з моменту реєстрації його органом, який зареєстрував статут підприємства (фірми).

Кошти статутного фонду спрямовують на розвиток виробництва.

Використовувати кошти статутного фонду на заробітну плату, заохочення та інші потреби - забороняється. Статутний фонд є власністю засновників (учасників) у межах їхніх вкладів.

При виході засновника (учасника) зі складу підприємства (товариства з обмеженою відповідальністю) або у разі ліквідації підприємства, засновнику сплачується вартість частини майна, пропорційно до його частки у статутному фонді. Майно, передане в користування, повертається в натуральній формі без винагороди. Статутний фонд є не тільки підставою для державної реєстрації, а й стартовим капіталом, від якого залежить функціонування підприємства (фірми).

Обсяг статутного фонду закріплюється в установчому договорі та статуті підприємства (фірми). Підтримка певного співвідношення між обсягом статутного фонду та загальним обсягом виробничо-господарської діяльності є ознакою фінансової стійкості підприємства (фірми).

Крім статутного фонду підприємства можуть бути утворені інші фонди, наприклад, резервний фонд, страховий фонд, фонд споживання, фонд соціально-економічного розвитку та інші фонди, що передбачені чинним законодавством України або відповідним рішенням Зборів учасників підприємства (фірми).

14.4 Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності

Процес створення фірми (підприємства) завершує державна реєстрація.

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності проводиться у виконавчому комітеті міської, районної у місті ради або в районній, районній міст Києва державній адміністрації за місцезнаходженням або місцем проживання суб'єкта, якщо інше не передбачено законом.

Місцезнаходженням суб'єкта підприємницької діяльності - юридичної особи - є розміщення (місцезнаходження) його постійно діючого керівного органу (правління, дирекція, адміністрація тощо).

Місцем проживання суб'єкта підприємницької діяльності є зареєстроване в установчому порядку постійне місце проживання громадянина підприємця.

Для державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності - юридичної особи - власник (власники), уповноважений ним (ними) орган чи особа (заявник) особисто або поштою подають до органу державної реєстрації такі документи:

- рішення власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу про створення юридичної особи (крім приватного підприємства). Якщо власників або уповноважених ними органів два і більше, таким рішенням є установчий договір, а також протокол установчих зборів (конференції) у випадках, передбачених законом;

- статут, якщо це необхідно для створюваної організаційно-правової форми підприємництва;

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

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

- документ, що засвідчує внесення плати за державну реєстрацію.

Громадяни (фізичні особи), які мають намір здійснювати підприємницьку діяльність без створення юридичної особи, подають реєстраційну картку встановленого зразка, яка водночас є заявою про державну реєстрацію; копію довідки про присвоєння ідентифікаційного номера фізичної особи - платника податків та інших обов'язкових платежів; дві фотокартки і документ, що підтверджує внесення плати за державну реєстрацію, а також пред'являють документ, що посвідчує особу.

Місцезнаходженням суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної особи) на дату державної реєстрації може бути місцезнаходження (місце проживання одного із засновників) або місцезнаходження за іншою адресою, що підтверджується договором оренди або іншим відповідним договором.

Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності проводиться за наявності всіх необхідних документів за заявочним принципом протягом не більше п'яти робочих днів. Органи державної реєстрації зобов'язані протягом цього терміну внести дані з реєстраційної картки до Реєстру суб'єктів підприємницької діяльності та видати свідоцтво про державну реєстрацію встановленого зразка з проставленим ідентифікаційним кодом (для юридичних осіб), який надається органам державної реєстрації органами державної статистики, або ідентифікаційним номером фізичної особи - платника податків та інших обов'язкових платежів.

У п'ятиденний термін здати реєстрації, органи державної реєстрації надсилають примірник реєстраційної картки з відміткою про державну реєстрацію відповідному державному податковому органу і органу державної статистики та подають відомості про державну реєстрацію

суб'єкта підприємницької діяльності до органів Фонду соціального страхування і Пенсійного фонду України.

Свідоцтво про державну реєстрацію є підставою для відкриття рахунків у будь-яких банках України та інших держав за вибором суб'єкта підприємницької діяльності і за згодою цих банків у порядку, що встановлюється Національним банком України.

Банк, у свою чергу, зобов'язаний відкрити банківський рахунок і протягом трьох днів повідомити про це податкову інспекцію.

Перереєстрація суб'єктів підприємницької діяльності здійснюється у порядку, встановленому для реєстрації. Перереєстрація проводиться у разі зміни форм власності, організаційної форми чи назви суб'єкта підприємницької діяльності, а також у разі зміни основних положень статуту.

Скасування державної реєстрації здійснюється за особистою заявою підприємця, на основі рішення суду, арбітражного суду у випадках визнання дій підприємця недійсними або такими, що суперечать чинному законодавству, засновницьким документам, а також при здійсненні нестатутної діяльності.

За державну реєстрацію (перереєстрацію) суб'єктів підприємницької діяльності стягується плата (реєстраційний збір), який становить для громадян-підприємців - 1,5, а для юридичних осіб - 7 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. За пришивдшену (протягом одного дня) державну реєстрацію (перереєстрацію) суб'єктів підприємницької діяльності стягується потрібний розмір відповідного реєстраційного збору.

Отже, фірма здійснила державну реєстрацію і внесена до державного реєстру. Засновникам видані відповідні документи, однак це не привід для відпочинку та розслаблення. Після того, як підприємство набуло статусу юридичної особи, організаційний період ще триває: відбувається остаточне формування органів управління фірми, розробляється та затверджується організаційна структура функціонування підприємства, виготовляються печатка і штампи, здійснюється відповідне планування підприємницької діяльності тощо.

Запитання для самоконтролю

1. Сутність та принципи складання бізнес-плану. Техніка складання бізнес-плану. Структура та зміст бізнес-плану.
2. Статутний фонд і його формування.
3. Порядок відкриття розрахункового рахунку в банку. Як будуються відносини підприємця з банком?
4. Підготовка засновницьких документів фірми.
5. Структура та зміст статуту відповідної організаційної форми підприємницької діяльності.

6. Структура та зміст засновницького договору.
7. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності. Особливості реєстрації фізичних та юридичних осіб.

ТЕМА 15 Фінансово-кредитна система України

15.1 Суть, структура та функції фінансів. Державний бюджет: доходи та видатки. Дефіцит бюджету, державний борг та шляхи їх покриття

15.2 Система оподаткування підприємницької діяльності

15.3 Основні види податків

15.4 Суть, принципи та види кредиту. Банківська система. Класифікація банків

15.1 Суть, структура та функції фінансів. Державний бюджет: доходи та видатки. Дефіцит бюджету, державний борг та шляхи їх покриття

Фінансова система – розгалужена система економічних відносин з приводу мобілізації та використання фондів грошових засобів (фінансових ресурсів). Її ланками є: бюджети різних рівнів; фінанси державного сектору економіки; фонди цільового призначення (пенсійного, соціального, майнового та особистого страхування); підприємницьких структур і домашніх господарств; громадських та інших організацій. Найважливішою ланкою фінансової системи держави є державний бюджет.

Державний бюджет – головний фінансовий план держави; централізований грошовий фонд, що перебуває у розпорядженні держави; грошове вираження збалансованості надходжень та видатків до державної казни.

Функції державного бюджету:

1) **фіскальна** – вилучення за допомогою податків та інших джерел частини доходів громадян, підприємств, організацій для утримання державного апарату, виробництва суспільних благ, здійснення фундаментальних наукових досліджень;

2) **розподільча** – використання акумульованих грошових засобів для перерозподілу, спрямування їх на розвиток виробничої та соціальної інфраструктури, на структурну перебудову, зростання життєвого рівня населення, вирішення соціальних проблем.;

3) **стимулююча** – змінюючи базу та ставки оподаткування, використовуючи тарифи, пільги, здійснюється стимулююча (обмежувальна) політика, яка впливає на циклічні коливання, зміну структури економіки;

4) контрольна – віддзеркалює відтворювальний суспільний процес, виявляє економічні пропорції, відхилення від рівноваги.

Структура бюджетної системи України: державний, місцеві (обласні, міські, районні, сільські), бюджет міста Києва). Бюджет складається з двох частин: доходів (податкові надходження, акцизний збір, мито, надходження від приватизації) та видатків.

Функціональна структура видатків будується відповідно до основних функцій держави:

1. Споживання в державному секторі (заробітна плата працівникам державного сектора; платежі за товари, які купуються для поточного споживання тощо).

2. Державні інвестиції (капітальні витрати (наприклад, будівництво доріг, портів)).

3. Трансферти державному сектору (страхування на випадок безробіття, пільги ветеранам, допомога малозабезпеченим сім'ям).

4. Проценти по державних боргах (внутрішні позики, зовнішні позики).

За станом розрізняють:

- дефіцитний бюджет – коли видатки бюджету перевищують доходи;

- збалансований(нормальний) – надходження і видатки бюджету врівноважені;

- профіцитний – доходи перевищують видатки.

Причини бюджетного дефіциту:

1) спад виробництва внаслідок економічної кризи:

2) збільшення державних витрат на ВПК, фінансування збиткових підприємств:

3) надзвичайні обставини:

4) зростання витрат на утримання управлінського апарату:

5) розкрадання державних ресурсів:

6) «тіньова економіка».

Заходи щодо обмеження бюджетного дефіциту: скорочення державних витрат, підвищення податків, позика грошових ресурсів у комерційних банків своєї країни чи у міжнародних, емісія грошей, зростання обсягів виробництва, зростання віддачі від інвестицій.

Державний борг – сума державної позики, нагромадженої за увесь час існування країни.

Існує: 1) внутрішній – заборгованість комерційним банкам та населенню країни: 2) зовнішній – борг перед іноземними країнами (міжнародними фінансовими організаціями, урядами іноземних країн та організаціями).

Управління державним боргом – комплекс заходів уряду по погашенню і регулюванню суми державної позики, а також по залученню нових кредитів.

Методи управління державним боргом включають:

1) конверсію – заміну умов позики стосовно її доходності (зміна процентів по позиці); 2) консолідацію – зміну умов позики стосовно її термінів(перетворення короткострокових зобов'язань по кредиту у середньо - та довгострокові); 3) рефінансування – емісія нових цінних паперів для розрахунку за старі борги.

15.2 Система оподаткування підприємницької діяльності

Серед фінансових важелів розвитку підприємництва особливе місце займає система оподаткування. Вона використовується як інструмент впливу на бізнес, стимулює і обмежує певні види підприємницької діяльності, забезпечує надходження до державного бюджету.

У світовій практиці розвитку підприємництва система оподаткування поряд із бюджетним фінансуванням пріоритетних напрямів економічної діяльності справляє найбільший вплив на фінансово-кредитну політику, грошовий обіг та господарську кон'юнктуру в цілому.

Система оподаткування - продукт закономірного результату економічного розвитку суспільства. Вона втілює досить складне утворення законодавчих і нормативних актів, які регулюють взаємовідносини між державою і підприємцем. Ця система перебуває у постійному русі, що знаходить відображення у появі нових офіційних документів, у змінах і доповненнях до вже діючих законів. Яким же чином законодавство визначає суть цієї системи?

Система оподаткування - це сукупність податків, зборів, інших обов'язкових платежів до бюджету, внесків у державні цільові фонди, що стягуються в установленому порядку.

Законодавча база визначає принципи побудови системи оподаткування, диференціює податки. Відповідно до побудови бюджету податки можуть бути загальнодержавними і місцевими. Крім того, податки поділяються на прямі і непрямі. Для кращого засвоєння системи оподаткування розглянемо (Табл.3.1).

З наведеної таблиці випливає, що прямі податки встановлюються безпосередньо на дохід і майно, а непрямі - виплачуються в ціні товару або включені до тарифу.

Система оподаткування будується за такими принципами:

-обов'язковості; -економічної доцільності; -соціальної справедливості; -поєднання інтересів держави, регіонів, підприємств і громадян.

Таблиця 3.1 - Система оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності

Непрямі податки	Прямі податки	Внески до державних цільових фондів	Інші податки, збори, платежі
Податок на додану вартість	Податок на прибуток підприємств	Пенсійний фонд	Плата з компенсування витрат на геологорозвідувальні роботи
Акцизний збір	Плата за землю	Фонд соціального страхування	Плата за спеціальне використання природних ресурсів
Мито	Податок з власників транспортних засобів	Фонд зайнятості	Державне мито
Митний збір	Плата за майно підприємств	На будівництво, ремонт і експлуатацію автошляхів	Місцеві податки і збори

Реалізація цих принципів забезпечує надходження коштів до бюджетів відповідних рівнів і державних цільових фондів. Це так звана оптимальна точка, в якій поєднуються інтереси держави і підприємницького сектора. Високі податкові ставки створюють для держави і підприємців ряд проблем (адже вони здатні підірвати зацікавленість підприємців у розвитку своєї справи).

Одночасно може статися так, що держава при застосуванні більш високих ставок податків одержить менше податкових надходжень до бюджету.

Американський економіст Лаффер довів графічно, що до певної межі підвищення податкової ставки збільшує суму доходів бюджету, а потім вони поступово знижуються до рівня, зазначеного на (Табл. 3.1).

Крива Лаффера – крива, що показує зв'язок між ставками оподаткування та податковими надходженнями в бюджет. Її основна ідея – при зростанні ставки оподаткування від 0 до 100% податкові надходження спочатку будуть зростати до певного максимального рівня (30 - 40 %), а потім почнуть знижуватись. Причина полягає у тому, що високі ставки стримують ділову активність і таким чином скорочують податкову основу.

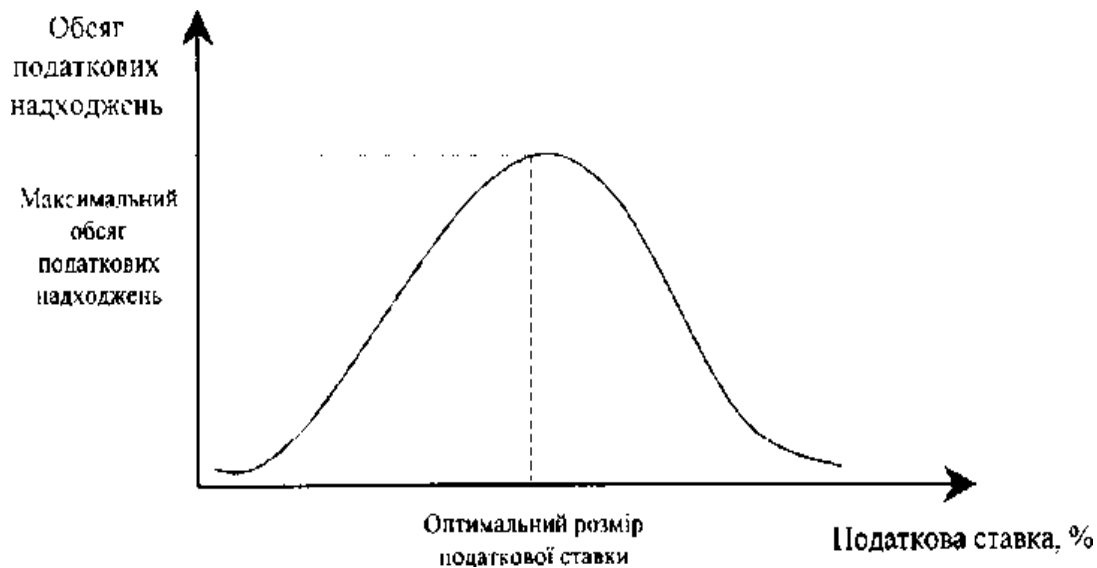


Рисунок 3.1 - Крива Лаффера

Артур Лаффер довів, що однаковий дохід може бути досягнутий і при достатньо низькій і при високій податковій ставці. Дійсно, рівність бюджетних надходжень досягається при різних за рівнем податкових ставках. Справа в тому, що нижча податкова ставка збільшує кількість об'єктів оподаткування, залучаючи дедалі більшу кількість підприємців. І навпаки: зростання податків викликає згортання діяльності у частини підприємців внаслідок збитковості їхньої справи.

Податковий тиск змушує підприємця шукати прогалини в податковому законодавстві або використовувати різні схеми ухилення від податків. Це може відбутися шляхом створення фіктивних фірм, свідомого заниження цін та використання товарообмінних операцій, використання фіктивної документації.

Усе це негативно відбивається на діловій активності, особливо в малому та середньому підприємстві. Тому для пом'якшення податкового тиску на розвиток підприємництва держава застосовує різні заходи, що сприяють підвищенню ділової активності.

Зокрема, для суб'єктів малого підприємництва в порядку, передбаченому законодавством України, застосовується пільгове оподаткування. Замість декількох податків, що сплачували підприємці, передбачено перехід до єдиного податку, тобто спрощена система оподаткування, обліку та звітності.

На єдиний податок можуть перейти підприємства, на яких чисельність працюючих не перевищує 50 осіб. Малі підприємства мають право самостійно вибрати для себе ставку єдиного податку - 6% або 10%. При цьому при ставці єдиного податку в 10% ніякі інші податки не сплачуються. База оподаткування для суб'єктів малого підприємництва -

річна виручка від реалізації продукції або надання послуг не повинна перевищувати 1 млн. грн.

Звичайно, такий захід фінансової підтримки підприємництва має позитивний ефект. Він не тільки зменшує ставку податку, а й звільняє підприємця від ведення форм обліку та звітності.

Особливостями оподаткування фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності без створення юридичної особи виступає, по-перше, право обирати спосіб оподаткування; по-друге, сума податку визначається місцевими радами за місцем державної реєстрації підприємця. Вона коливається від 20 грн. до 200 грн. за календарний місяць. Такий підхід до оподаткування створює стимули для підприємця (адже після сплати податку вся виручка від реалізації продукції або наданих послуг лишається йому), поліпшує умови регіонального регулювання підприємництва. Зниження податкової ставки сприяє тим видам підприємницької діяльності, які здатні вирішувати актуальні для даної місцевості економічні та соціальні проблеми.

Вивчення всього ланцюжка платежів і зборів свідчить про те, що врешті-решт реальними платниками виступають не суб'єкти підприємницької діяльності, а кінцевий споживач товарів, продукції, послуг. Це означає, що зростання ціни товарів під тиском податків зумовлює звуження попиту, що негативно відбивається на підприємстві. Саме тому необхідне кардинальне зниження всіх видів податків з метою активізації підприємницької діяльності.

Податкові пільги - це повне або часткове звільнення від податків суб'єкта підприємницької діяльності відповідно до чинного законодавства. Найважливішою податковою пільгою виступає неоподаткований мінімум - найменша частка об'єкта оподаткування, що повністю звільняється від податків.

15.3 Основні види податків

У своїй діяльності підприємець найчастіше стикається з системою оподаткування та структурою податків, але є податки, які мають універсальний характер. До таких податків слід віднести: -податок на додану вартість; -акцизний збір; -податок на прибуток підприємств; -цільові (спеціальні) податки.

Податки - обов'язкові відрахування до державного і місцевих бюджетів юридичними і фізичними особами. **Податкова система** – сукупність чинних у країні податків, форм, принципів та методів їхньої побудови, а також інститутів та організацій, що забезпечують їх вилучення.

Функції податків:

- 1) фіскальна – створення державного казначейства для забезпечення витрат та її установ, органів;
- 2) розподільча – розподіл та перерозподіл ВВП між державою, юридичними та фізичними особами;
- 3) стимулююча – вплив податків на активізацію трудової та виробничої діяльності платників.

Принципи оподаткування: обов'язковість, оптимальне поєднання економічної ефективності та соціальної справедливості, відносна стабільність, прогресивний характер оподаткування, захист вітчизняного виробника, уникнення подвійного оподаткування.

Податки класифікують:

1) від встановлених ставок:

-пропорційні – ґрунтуються на твердих ставках, що встановлюють на однаковий у відсотковому відношенні до об'єкта податку дохід без урахування диференціації величини;

-прогресивні – величина ставок залежить від зростання доходу;

-регресивні – передбачають зниження величини ставки податку зі зростанням доходу;

2) за місцем використання:

-загальні – на фінансування поточних і капітальних вкладень з державного бюджету;

-специфічні – цільове призначення (відрахування на соціальне страхування);

-місцеві – стягуються в межах певної території (ринковий, готельний збір, плата за паркування, податок з реклами);

3) за принципами встановлення:

-прямі – стягують з доходів або майна юридичних та фізичних осіб (податок на прибуток підприємств, прибутковий податок з громадян);

-непрямі: - надбавки до ціни товару або тарифу на послугу (ПДВ, акцизний збір, мито).

Акцизи – надбавки до ринкової ціни, що належать державі. Вони бувають:

-фіксовані – встановлюються у грошовому вираженні на одиницю товару;

-пропорційні – як відсоток до обсягу реалізації;

-специфічні – на окремі види товарів (вироби із золота, горілчані та тютюнові вироби);

-універсальні – до всього обсягу реалізації (ПДВ, податок з продажу).

Мито – встановлюється при вивезенні товарів через кордон або за транспортування іноземних товарів на території країни транзитом.

Вони існують у таких формах:

1) за походженням: експортне, імпортне;

2) за метою: 1) фіскальне – бюджетне призначення; 2) протекціоністське – для захисту вітчизняного ринку від конкуренції з боку іноземних товарів та послуг, 3) антидемпінгове – встановлюється на багатосторонній основі з метою розвитку світової торгівлі; 4) компенсаційне – встановлюється за угодою торговельних сторін з метою уникнення цінової конкуренції між ними; 3) за ставками: специфічне – на одиницю товару; адвалерне – як відсоток від вартості товару; змішане – поєднання одного та другого.

Так, особливе місце серед джерел формування державного бюджету посідає податок на додану вартість (ПДВ). Адже механізм сплати ПДВ передбачає, що цей податок включається в усі види цін: у державні регульовані (фіксовані) та ринкові (вільні) ціни товарів, робіт, послуг. Це означає, що реалізація всієї продукції відбувається за цінами й тарифами, збільшеними на суму ПДВ. Законодавством визначена ставка ПДВ, яка становить 20%. Це означає, що якщо внутрішня ціна виробника, наприклад, 80 грн., то реалізація (відпускна ціна) буде становити $80 \text{ грн.} + (80 \text{ грн.} \times 20\%/100\%) = 96 \text{ грн.}$ Інший вид податків - акцизний збір нараховується у відсотках до вартості товарів у відпускних цінах. Так, якщо відпускна ціна товару становить 100 грн., а ставка акцизного збору - 30%, то це буде означати, що ціна реалізації $100 \text{ грн.} + (100 \text{ грн.} \times 30\%/100\%) = 130 \text{ грн.}$

Слід зазначити, що ставка акцизного збору визначається для кожної товарної групи окремо.

Згідно із законодавством існує прибуток підприємства. Він визначається як різниця між валовим доходом і валовими витратами.

Ставка податку на прибуток **підприємства становить 30%**. Це означає, що якщо валовий дохід платника податку становить, наприклад, 900 грн., а валові витрати і сума амортизаційних відрахувань - 720 грн., то податок на прибуток підприємства становитиме $(900 \text{ грн.} - 720 \text{ грн.}) \times 30\%/100\% = 60 \text{ грн.}$ Цільові (спеціальні) податки надходять для фінансування чітко визначених заходів, тобто мають цільове призначення.

До **основних цільових** податків в Україні слід віднести такі: платежі до Пенсійного фонду і Фонду соціального страхування. За рахунок останнього, зокрема, виплачується допомога з тимчасової непрацездатності, пов'язаної із хворобою або іншою причиною; Ф платежі до Фонду сприяння зайнятості населення. За рахунок коштів цього фонду виплачується допомога з безробіття, фінансуються витрати на підготовку та перепідготовку кадрів. Слід пам'ятати, що законодавство передбачає відповідальність за ухилення від сплати податків. Наприклад, несвоєчасне подання декларації про доходи фізичних осіб або внесення до неї неправильних даних тягне накладання штрафу розміром від шести до восьми неоподаткованих мінімумів доходів громадян.

15.3 Суть, принципи та види кредиту. Банківська система. Класифікація банків

Кредит – система відносин з приводу акумуляції та використання тимчасово вільних грошових засобів на умовах платності та повернення у формі позичкового відсотка.

Принципи кредитної політики:

1) забезпеченість кредиту (під заставу матеріальних чи фінансових цінностей); 2) повернення, строковості та платності; 3) страхування кредитних ризиків; 4) самостійності комерційних банків та небанківських установ.

Функції кредиту:

1) перерозподільча – забезпечує акумуляцію тимчасово вільних грошових ресурсів у найбільш пріоритетних з точки зору конкретної ситуації сферах економічної діяльності;

2) емісійна – створення нових платіжних засобів кредитних установ;

3) прискорення концентрації та централізації капіталу – на основі використання акцій та облігацій, корпоративної форми власності;

4) регулююча – антициклічне регулювання економіки, структурна корекція, кредитування зовнішньої торгівлі та регулювання платіжного балансу.

За суб'єктами кредитних відносин, об'єктом позик, сферою поширення та розміром позичкового відсотка розрізняють:

1) Комерційний – надається одним підприємцем іншому у вигляді продажу товарів із відстрочкою платежу. Інструментом є вексель, мета – прискорення реалізації товарів та втілення в них прибутку.

2) Банківський – банк надає клієнтові у тимчасове користування частину власного або залученого грошового капіталу. Мета кредиту – отримання прибутку з позик, об'єкт – грошовий капітал. Він класифікується за такими ознаками: залежно від забезпечення – незабезпечений (бланковий) та забезпечений (векселем, майном); за строками погашення – онкольний (погашається на першу вимогу банку); короткостроковий (до 1 року); середньостроковий (від 1 до 3 років); довгостроковий (понад 3 років); за способом погашення кредиту – погашається в розстрочку (поступово, частинами), одноразового погашення; за методом стягнення банківського процента – процент стягується в момент отримання кредиту, під час його повного повернення, однаковими частинами впродовж терміну кредиту.

3) Споживчий – надається приватним особам для придбання предметів особистого споживання довгострокового користування. Існує: комерційний – купівля товарів у розстрочку, банківський – грошова позика в банку для купівлі товарів довгострокового використання.

4) Іпотечний – довгострокова позика під заставу нерухомого майна або землі.

5) Лізинговий – відносини між юридичними особами, що виникають з приводу оренди майна; лізинговою компанією є банк, що на замовлення орендаря купує обладнання і надає його в оренду. 6) Ломбардний – короткостроковий під заставу рухомого майна, яке можна швидко реалізувати (золото, дорогоцінні каміння).

7) Державний – система економічних відносин між державою в особі її органів влади, з одного боку, та фізичними і юридичними особами – з іншого, за яких держава виступає як позичальник, кредитор чи гарант.

8) Міжнародний – надання державою, банком однієї країни іншій на певний строк капіталу на умовах повернення та платності.

Кредитна система – система кредитних відносин, принципів і форм кредитування (функціональна структура) та сукупність кредитно-фінансових установ, які створюють, акумулюють і надають грошові засоби (інституціональна структура). Її утворюють: 1) центральний банк; 2) комерційні банки; 3) спеціалізовані банківські установи (ощадні, іпотечні банки); 4) небанківські фінансово-кредитні установи (страхові, інвестиційні компанії).

Функції Національного банку:

- емісія готівкових та безготівкових грошей; - розробка та реалізація грошово-кредитної політики; -зберігання золотовалютних резервів країни; -видача ліцензій на відкриття комерційних банків; -зберігання касових резервів комерційних банків (норма резервування); -регулювання курсу національної валюти; - розробка платіжного балансу.

Комерційні банки залежно від обсягу операцій бувають: універсальні (здійснюють усі операції); спеціалізовані (обслуговують певну галузь чи сферу економічної діяльності).

Спеціалізовані кредитно-фінансові інститути:

1) Ощадні банки – спеціалізуються на обслуговуванні населення, залученні грошових заощаджень громадян, наданні кредитів.

2) Іпотечний – спеціалізується на наданні довгострокових кредитів під заставу нерухомого майна і землі.

3) Інноваційний – спеціалізується на фінансуванні й кредитуванні інноваційних проектів, кредитування здійснюється шляхом придбання акцій та розміщення облігаційних позик.

4) Інвестиційний – залучає довгостроковий капітал і надає його позичальникам через випуск облігацій та інших боргових зобов'язань.

5) Зовнішньоторговельний – здійснює операції з кредитування експорту та імпорту.

Небанківські фінансові інституції:

1) страхові компанії – шляхом продажу страхового захисту, який засвідчується страховим полісом (свідоцтвом), ці грошові премії вони вкладають у цінні папери приватних підприємств;

2) пенсійні фонди – акумулюють грошові кошти у формі пенсійних внесків та нарахувань.

Запитання для самоконтролю

1. Охарактеризувати поняття "фінанси". Визначити різницю між поняттями "фінанси" та "гроші".

2. Назвати функції фінансів, дати їм характеристику.

3. Назвати види джерел фінансування діяльності підприємства. Охарактеризувати їх складові.

4. Що таке податки? Навести приклади.

5. Назвати та охарактеризувати функції податків.

6. Назвати основні елементи системи оподаткування та охарактеризувати їх.

7. Чим відрізняються суб'єкти оподаткування від суб'єктів податкових правовідносин?

8. За якими ознаками класифікують податки?

9. Назвати та охарактеризувати основні види податків. Які існують методи стягнення податків?

10. Що таке державний бюджет України?

Перелік літератури:

1. Амосов О. Ю., Латинін М. А. Економіка підприємства: навчальний посібник для самостійного вивчення дисципліни. Київ: Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2008. 168 с.
2. Бойчук І. М. Економіка підприємства: навчальний посібник. Київ: Атіка, 2007. 528 с.
3. Варналій З. С. Основи підприємництва: навчальний посібник 2-ге вид., випр. і допов. Київ: Знання-Прес, 2003. 286 с.
4. Варналій З.С. Основи підприємництва: навч. посібник. 3. вид., випр. і доп. Київ: Знання-Прес, 2006. 352с.
5. Гаєвська Л. М., Марченко О. І. Підприємницька діяльність: підручник. Ірпінь: Університет ДФС України, 2019. 500 с. (Серія «Податкова та митна справа в Україні», т. 125).
6. Основи бізнесу: навчальний посібник / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар. Київ: Академвидав, 2009. 384 с.
7. Основи підприємництва: підручник / Біляк Т.О., Бірюченко С.Ю., Бужимська К.О., та ін.; за заг. ред. Н.В. Валінкевич. Житомир: ЖДТУ, 2019. 493 с.
8. Підприємництво: підручник / С. В. Панченко, В. Л. Дикань, О. В. Шраменко та ін. Харків: УкрДУЗТ, 2018. Ч. 2. Реалізація підприємницької діяльності у сучасних ринкових умовах. 228 с.

Навчальне електронне видання

Плетос Світлана Володимирівна

Підприємницька діяльність

Конспект лекцій

Видавець і виготовлювач

Одеський державний екологічний університет

вул. Львівська, 15, м. Одеса, 65016

тел./факс: (0482) 32-67-35

E-mail: info@odeku.edu.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 5242 від 08.11.2016