

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

І. В. Гой, Т. П. Смелянська

ПІДПРИЄМНИЦТВО

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Рекомендовано

*Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*

«Видавництво
«Центр учбової літератури»
Київ – 2013

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

І. В. Гой, Т. П. Смелянська

ПІДПРИЄМНИЦТВО

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Рекомендовано

*Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів*

«Видавництво
«Центр учбової літератури»
Київ – 2013

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73
Г 57

*Гриф надано
Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
(Лист № 1/11 – 12977 від 08.08.2012 р.)*

Рецензенти:

Ситник Л. С. – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту Донецького національного університету;

Синчак В. П. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, економічної теорії та фінансів Хмельницького університету управління та права.

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73
Г 57

*Гриф надано
Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України
(Лист № 1/11 – 12977 від 08.08.2012 р.)*

Рецензенти:

Ситник Л. С. – доктор економічних наук, професор кафедри менеджменту Донецького національного університету;

Синчак В. П. – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту, економічної теорії та фінансів Хмельницького університету управління та права.

Гой І. В. Підприємництво [текст] : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська
Г 57 – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 368 с.

ISBN 978-617-673-158-0

У посібнику розкрито сутність, роль та засади підприємницької діяльності, складові підприємницького середовища, види підприємств та проблеми функціонування суб'єкта підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання, психологічні та етичні аспекти підприємницької діяльності, форми взаємодії та співробітництва суб'єктів підприємницької діяльності. Значну увагу приділено технології заснування власної справи та особливостям організаційно-правові форм підприємництва.

Перевірці знань сприятимуть наведені контрольні питання, тести та практичні завдання.

Для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, аспірантів, викладачів та підприємців-початківців.

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73

ISBN 978-617-673-158-0

© Гой І. В., Смелянська Т. П., 2013.
© «Видавництво «Центр учбової літератури», 2013.

Гой І. В. Підприємництво [текст] : навч. посіб. / І. В. Гой, Т. П. Смелянська
Г 57 – К. : «Центр учбової літератури», 2013. – 368 с.

ISBN 978-617-673-158-0

У посібнику розкрито сутність, роль та засади підприємницької діяльності, складові підприємницького середовища, види підприємств та проблеми функціонування суб'єкта підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання, психологічні та етичні аспекти підприємницької діяльності, форми взаємодії та співробітництва суб'єктів підприємницької діяльності. Значну увагу приділено технології заснування власної справи та особливостям організаційно-правові форм підприємництва.

Перевірці знань сприятимуть наведені контрольні питання, тести та практичні завдання.

Для студентів економічних спеціальностей вищих навчальних закладів, аспірантів, викладачів та підприємців-початківців.

УДК 330.101.542(075.8)
ББК 65.012.1я73

ISBN 978-617-673-158-0

© Гой І. В., Смелянська Т. П., 2013.
© «Видавництво «Центр учбової літератури», 2013.

<i>Вступ</i>	5
ЧАСТИНА I. ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ	7
Розділ 1. Підприємництво як вид господарювання	7
1.1 Історія розвитку теорії підприємництва	7
1.2 Роль підприємництва в суспільстві	12
1.3 Засади підприємницької діяльності в Україні	14
1.4 Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва	17
1.5 Державне регулювання підприємництва	19
1.6 Захист прав суб'єктів господарювання та споживачів	25
1.7 Ліцензування та патентування підприємницької діяльності	36
Розділ 2. Галузі та види господарської діяльності	49
2.1 Види господарської діяльності та їх класифікація	49
2.2 Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність	57
2.3 Торговельне підприємництво	68
2.4 Фінансове підприємництво	76
2.5 Підприємницька діяльність у сфері послуг	86
Розділ 3. Підприємницьке середовище	97
3.1 Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища	97
3.2 Інфраструктура підприємництва	99
3.3 Функції і модель підприємництва	105
3.4 Правова база підприємництва	106
3.5 Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні	107
Розділ 4. Види підприємств та організаційно-правові форми підприємництва	119
4.1 Підприємство як форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств	119
4.2 Підприємства колективної власності. Особливості та види кооперативів	122
4.3 Державні та змішані підприємства	125
4.4 Підприємства з іноземними інвестиціями	137
4.5 Мале підприємництво	142

<i>Вступ</i>	5
ЧАСТИНА I. ТЕОРЕТИЧНИЙ МАТЕРІАЛ	7
Розділ 1. Підприємництво як вид господарювання	7
1.1 Історія розвитку теорії підприємництва	7
1.2 Роль підприємництва в суспільстві	12
1.3 Засади підприємницької діяльності в Україні	14
1.4 Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва	17
1.5 Державне регулювання підприємництва	19
1.6 Захист прав суб'єктів господарювання та споживачів	25
1.7 Ліцензування та патентування підприємницької діяльності	36
Розділ 2. Галузі та види господарської діяльності	49
2.1 Види господарської діяльності та їх класифікація	49
2.2 Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність	57
2.3 Торговельне підприємництво	68
2.4 Фінансове підприємництво	76
2.5 Підприємницька діяльність у сфері послуг	86
Розділ 3. Підприємницьке середовище	97
3.1 Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища	97
3.2 Інфраструктура підприємництва	99
3.3 Функції і модель підприємництва	105
3.4 Правова база підприємництва	106
3.5 Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні	107
Розділ 4. Види підприємств та організаційно-правові форми підприємництва	119
4.1 Підприємство як форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств	119
4.2 Підприємства колективної власності. Особливості та види кооперативів	122
4.3 Державні та змішані підприємства	125
4.4 Підприємства з іноземними інвестиціями	137
4.5 Мале підприємництво	142

4.6 Організаційно-правові форми підприємництва	149
4.6.1 Одноособове володіння	151
4.6.2 Види господарських товариств	156
4.6.3 Особливості акціонерних товариств	165
Розділ 5. Організація підприємництва	177
5.1 Технологія створення власної справи	177
5.2 Формування початкового капіталу. Оцінка майна	184
5.3 Найменування та торговельна марка підприємства	191
5.4 Зміст установчих документів та їх підготовка	199
5.5 Державна реєстрація підприємницької діяльності	201
5.6 Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація підприємства. Реструктуризація підприємства	210
5.7 Типові помилки при заснуванні власної справи	214
Розділ 6. Менеджмент у підприємстві	219
6.1 Сутність менеджменту. Система підприємницького управління	219
6.2 Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності	223
6.3 Організація маркетингу	231
6.4 Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування	233
6.5 Зовнішньоекономічна діяльність	238
6.6 Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства	246
Розділ 7. Психологія та етика підприємництва	256
7.1 Мотивація підприємницької діяльності	256
7.2 Риси характеру підприємця	260
7.3 Культура та етика підприємницької діяльності	262
Розділ 8. Форми взаємодії та співробітництва суб'єктів підприємницької діяльності	273
8.1 Організація договірних взаємовідносин у підприємстві	273
8.2 Державно-приватне партнерство. Соціальна відповідальність бізнесу	277
8.3 Громадські об'єднання підприємців	283
8.4 Венчурні підприємства. Офшорні фірми	291
8.5 Особливості орендної форми господарювання. Лізинг. Концесія	296
8.6 Франчайзингова форма підприємництва	302
ЧАСТИНА ІІ. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	310
Розділ 9. Методичні вказівки до розв'язання типових задач	310
Розділ 10. Психологічний практикум	318
Розділ 11. Індивідуальні завдання до самостійної роботи студентів	328
<i>Література</i>	<i>337</i>
<i>Додатки</i>	<i>346</i>

4.6 Організаційно-правові форми підприємництва	149
4.6.1 Одноособове володіння	151
4.6.2 Види господарських товариств	156
4.6.3 Особливості акціонерних товариств	165
Розділ 5. Організація підприємництва	177
5.1 Технологія створення власної справи	177
5.2 Формування початкового капіталу. Оцінка майна	184
5.3 Найменування та торговельна марка підприємства	191
5.4 Зміст установчих документів та їх підготовка	199
5.5 Державна реєстрація підприємницької діяльності	201
5.6 Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація підприємства. Реструктуризація підприємства	210
5.7 Типові помилки при заснуванні власної справи	214
Розділ 6. Менеджмент у підприємстві	219
6.1 Сутність менеджменту. Система підприємницького управління	219
6.2 Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності	223
6.3 Організація маркетингу	231
6.4 Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування	233
6.5 Зовнішньоекономічна діяльність	238
6.6 Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства	246
Розділ 7. Психологія та етика підприємництва	256
7.1 Мотивація підприємницької діяльності	256
7.2 Риси характеру підприємця	260
7.3 Культура та етика підприємницької діяльності	262
Розділ 8. Форми взаємодії та співробітництва суб'єктів підприємницької діяльності	273
8.1 Організація договірних взаємовідносин у підприємстві	273
8.2 Державно-приватне партнерство. Соціальна відповідальність бізнесу	277
8.3 Громадські об'єднання підприємців	283
8.4 Венчурні підприємства. Офшорні фірми	291
8.5 Особливості орендної форми господарювання. Лізинг. Концесія	296
8.6 Франчайзингова форма підприємництва	302
ЧАСТИНА ІІ. МАТЕРІАЛИ ДЛЯ ПРАКТИЧНИХ ЗАНЯТЬ	310
Розділ 9. Методичні вказівки до розв'язання типових задач	310
Розділ 10. Психологічний практикум	318
Розділ 11. Індивідуальні завдання до самостійної роботи студентів	328
<i>Література</i>	<i>337</i>
<i>Додатки</i>	<i>346</i>

Ринкова економіка побудована на підприємстві, яке є джерелом стійкого економічного розвитку країни. Ефективність підприємницької діяльності визначальною мірою залежить від знань, умінь, організаторських здібностей та ініціативи підприємців і фахівців у галузі підприємства. В умовах ринкової економіки підприємець є основним господарюючим суб'єктом.

Сьогодні для багатьох громадян підприємницька діяльність стала основним видом роботи. Відкритість і гнучкість свідомості допомагає швидше засвоювати переваги нової соціально-економічної ситуації. Найголовніша із проблем – відсутність спеціальної підготовки, яка постає необхідною умовою для заняття підприємництвом.

Після одержання диплому менеджера-економіста перед молодіжною людиною постають різні варіанти участі у господарській діяльності:

- стати власником або співвласником підприємства;
- діяти в сфері самозайнятості;
- стати найманим працівником у підприємстві;
- працювати в бюджетній або громадській організації.

В будь-якому разі для вибору життєвого шляху та успішної діяльності випускнику ВНЗ будуть корисними знання та навички, отримані з курсу «Підприємництво».

Дисципліна «Підприємництво» – наука про закони, які управляють, з одного боку, стосунками економічної власності між різними суб'єктами підприємницької діяльності і найманими працівниками, а з іншого – діями підприємців в процесі вибору ресурсів для виробництва, обміну, розподілу і споживання товарів та послуг.

Предметом «Підприємництва» як навчального курсу є принципи і методи організації ділового циклу, процесу професійної діяльності підприємця.

Підприємництво виступає в якості базового навчального курсу, що надає можливість отримати уявлення про весь процес діяльності підприємця. Після засвоєння цього курсу можна переходити до вивчення окремих фрагментів ділового циклу – спеціальних навчальних дисциплін: організація виробництва, менеджмент, маркетинг, фінанси, управління персоналом та ін.

Ринкова економіка побудована на підприємстві, яке є джерелом стійкого економічного розвитку країни. Ефективність підприємницької діяльності визначальною мірою залежить від знань, умінь, організаторських здібностей та ініціативи підприємців і фахівців у галузі підприємства. В умовах ринкової економіки підприємець є основним господарюючим суб'єктом.

Сьогодні для багатьох громадян підприємницька діяльність стала основним видом роботи. Відкритість і гнучкість свідомості допомагає швидше засвоювати переваги нової соціально-економічної ситуації. Найголовніша із проблем – відсутність спеціальної підготовки, яка постає необхідною умовою для заняття підприємництвом.

Після одержання диплому менеджера-економіста перед молодіжною людиною постають різні варіанти участі у господарській діяльності:

- стати власником або співвласником підприємства;
- діяти в сфері самозайнятості;
- стати найманим працівником у підприємстві;
- працювати в бюджетній або громадській організації.

В будь-якому разі для вибору життєвого шляху та успішної діяльності випускнику ВНЗ будуть корисними знання та навички, отримані з курсу «Підприємництво».

Дисципліна «Підприємництво» – наука про закони, які управляють, з одного боку, стосунками економічної власності між різними суб'єктами підприємницької діяльності і найманими працівниками, а з іншого – діями підприємців в процесі вибору ресурсів для виробництва, обміну, розподілу і споживання товарів та послуг.

Предметом «Підприємництва» як навчального курсу є принципи і методи організації ділового циклу, процесу професійної діяльності підприємця.

Підприємництво виступає в якості базового навчального курсу, що надає можливість отримати уявлення про весь процес діяльності підприємця. Після засвоєння цього курсу можна переходити до вивчення окремих фрагментів ділового циклу – спеціальних навчальних дисциплін: організація виробництва, менеджмент, маркетинг, фінанси, управління персоналом та ін.

В професійному сенсі підприємництво розглядається як вміння організувати власну справу (підприємство) та успішно здійснювати функції, пов'язані з її веденням.

Слід зазначити, що феномен підприємництва є предметом численних досліджень, які проводяться в країнах, що мають різний рівень економічного розвитку. Такий широкий інтерес пов'язаний із значенням підприємництва для будь-якого суспільства. Особливий інтерес являє сфера підприємництва для України, яка входить в ринкову економіку, а формування і розвиток підприємництва є одним із головних чинників створення повноцінного ринкового середовища. Тому в останні роки українськими вченими активно розвивається проблематика, яка пов'язана з процесом становлення підприємництва.

Метою цього навчального посібника є:

- ознайомлення студентів економічних спеціальностей з типологією підприємництва; закономірностями та передовими формами організації підприємницьких структур; підходами до генерування бізнес-ідей; правовими основами, способами та методами започаткування та ведення підприємницької діяльності, взаємодії з іншими суб'єктами; вимогами до підприємницької культури та етики поведінки;

- формування навичок та умінь з розробки послідовності створення підприємства, аналізу підприємницького середовища, функцій підприємництва, врахування вимог та обмежень законодавства щодо підприємницької діяльності; складання установчих документів, обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємництва, розрахунків початкового капіталу, орендної плати, розподілу прибутку, розробки правил професійної етики.

Теоретична частина навчального посібника складається з восьми розділів, в яких розкрито сутність, роль та засади підприємницької діяльності, особливості окремих видів господарської діяльності, складові підприємницького середовища, види підприємств та організаційно-правові форми підприємництва, технологію заснування власної справи та процедуру припинення діяльності суб'єкта підприємництва, функціонування суб'єкта підприємницької діяльності в ринкових умовах господарювання, психологічні та етичні аспекти підприємницької діяльності, форми взаємодії та співробітництва суб'єктів підприємницької діяльності.

Практична частина навчального посібника складається з трьох розділів: розрахункові завдання та методичні вказівки до їх розв'язання, психологічний практикум та індивідуальні завдання до самостійної роботи студентів.

Знання та вміння, що надає викладений матеріал, корисні як початківцям, так і підприємцям-практикам, менеджерам, студентам всіх форм навчання, а також всім, кого цікавить сучасна підприємницька діяльність.

В професійному сенсі підприємництво розглядається як вміння організувати власну справу (підприємство) та успішно здійснювати функції, пов'язані з її веденням.

Слід зазначити, що феномен підприємництва є предметом численних досліджень, які проводяться в країнах, що мають різний рівень економічного розвитку. Такий широкий інтерес пов'язаний із значенням підприємництва для будь-якого суспільства. Особливий інтерес являє сфера підприємництва для України, яка входить в ринкову економіку, а формування і розвиток підприємництва є одним із головних чинників створення повноцінного ринкового середовища. Тому в останні роки українськими вченими активно розвивається проблематика, яка пов'язана з процесом становлення підприємництва.

Метою цього навчального посібника є:

- ознайомлення студентів економічних спеціальностей з типологією підприємництва; закономірностями та передовими формами організації підприємницьких структур; підходами до генерування бізнес-ідей; правовими основами, способами та методами започаткування та ведення підприємницької діяльності, взаємодії з іншими суб'єктами; вимогами до підприємницької культури та етики поведінки;

- формування навичок та умінь з розробки послідовності створення підприємства, аналізу підприємницького середовища, функцій підприємництва, врахування вимог та обмежень законодавства щодо підприємницької діяльності; складання установчих документів, обґрунтування вибору організаційно-правової форми підприємництва, розрахунків початкового капіталу, орендної плати, розподілу прибутку, розробки правил професійної етики.

Теоретична частина навчального посібника складається з восьми розділів, в яких розкрито сутність, роль та засади підприємницької діяльності, особливості окремих видів господарської діяльності, складові підприємницького середовища, види підприємств та організаційно-правові форми підприємництва, технологію заснування власної справи та процедуру припинення діяльності суб'єкта підприємництва, функціонування суб'єкта підприємницької діяльності в ринкових умовах господарювання, психологічні та етичні аспекти підприємницької діяльності, форми взаємодії та співробітництва суб'єктів підприємницької діяльності.

Практична частина навчального посібника складається з трьох розділів: розрахункові завдання та методичні вказівки до їх розв'язання, психологічний практикум та індивідуальні завдання до самостійної роботи студентів.

Знання та вміння, що надає викладений матеріал, корисні як початківцям, так і підприємцям-практикам, менеджерам, студентам всіх форм навчання, а також всім, кого цікавить сучасна підприємницька діяльність.

РОЗДІЛ

1

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВИД ГОСПОДАРЮВАННЯ

- 1.1 Історія розвитку теорії підприємництва
- 1.2 Роль підприємництва в суспільстві
- 1.3 Засади підприємницької діяльності в Україні
- 1.4 Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва
- 1.5 Державне регулювання підприємництва.
- 1.6 Захист прав суб'єктів господарювання та споживачів
- 1.7 Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

1.1 Історія розвитку теорії підприємництва

Сутність підприємництва є предметом інтенсивного вивчення як в популярній, так і в науковій літературі.

На даний час не існує загальноприйнятої економічної теорії підприємництва та відсутнє однозначне трактування його сутності. Підприємництво – це складне, багатоаспектне явище. Його розглядають з філософської, політекономічної, юридичної, психологічної, соціальної точок зору.

Вивчення сутності та особливостей підприємництва неможливе без застосування історичного підходу, який залучає вже набутий досвід дослідження.

Вперше наукове поняття «підприємництво» (англ. enterprise, entrepreneurship) було введено банкіром-економістом ірландського походження Р. Кантілйоном у XVIII ст., який вів свої справи в європейських країнах (Франції, Іспанії, Англії). Він розглядав підприємництво як особливу економічну функцію, а ризик вважав основною його характеристикою. Підприємцями він вважав людей з нефіксованими прибутками (ремісників, селян, торговців), а дохід підприємця – платою за ризик.

Вагомий внесок у розвиток теорії підприємництва протягом XVIII–XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршалл та ін.

РОЗДІЛ

1

ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ВИД ГОСПОДАРЮВАННЯ

- 1.1 Історія розвитку теорії підприємництва
- 1.2 Роль підприємництва в суспільстві
- 1.3 Засади підприємницької діяльності в Україні
- 1.4 Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва
- 1.5 Державне регулювання підприємництва.
- 1.6 Захист прав суб'єктів господарювання та споживачів
- 1.7 Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

1.1 Історія розвитку теорії підприємництва

Сутність підприємництва є предметом інтенсивного вивчення як в популярній, так і в науковій літературі.

На даний час не існує загальноприйнятої економічної теорії підприємництва та відсутнє однозначне трактування його сутності. Підприємництво – це складне, багатоаспектне явище. Його розглядають з філософської, політекономічної, юридичної, психологічної, соціальної точок зору.

Вивчення сутності та особливостей підприємництва неможливе без застосування історичного підходу, який залучає вже набутий досвід дослідження.

Вперше наукове поняття «підприємництво» (англ. enterprise, entrepreneurship) було введено банкіром-економістом ірландського походження Р. Кантілйоном у XVIII ст., який вів свої справи в європейських країнах (Франції, Іспанії, Англії). Він розглядав підприємництво як особливу економічну функцію, а ризик вважав основною його характеристикою. Підприємцями він вважав людей з нефіксованими прибутками (ремісників, селян, торговців), а дохід підприємця – платою за ризик.

Вагомий внесок у розвиток теорії підприємництва протягом XVIII–XIX ст. зробили відомі західні економісти А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршалл та ін.

А. Сміт розглядав підприємця як власника, метою діяльності якого є отримання прибутку. Згідно з позицією Ж.Б. Сея, до функцій підприємця входять сполучення факторів виробництва, збір інформації та накопичення необхідного досвіду, прийняття рішення та організація виробничого процесу. Рисою, яка відрізняє підприємця від капіталіста та менеджера, є, перш за все, творчий, експериментальний, ризиковий характер його діяльності. А. Маршалл приділяв увагу організаторській функції підприємця, а підприємницьку здатність до організації виробництва виділив як окремий фактор виробництва.

Важливим етапом в розробці теорії підприємництва вважаються праці австро-американського економіста і соціолога Й. Шумпетера та австрійського економіста Ф. Хаєка (перша половина ХХ ст.). Й. Шумпетер розглядав підприємця як центральний елемент механізму економічного розвитку та особистість з яскраво вираженими новаторськими діловими здібностями, що реалізуються в оригінальних, нетрадиційних, відмінних від існуючих комерційних проектах. Й. Шумпетер дав визначення: підприємець – це людина, що намагається перетворити нову ідею або винахід на успішну інновацію. Він визначив основні функції підприємця: виготовлення нового блага або старого нової якості; освоєння нового ринку збуту, джерел сировини або напівфабрикатів; впровадження нового методу виробництва; відповідна реорганізація виробництва. Ф. Хаєк пов'язував підприємництво насамперед з особистою свободою, яка дає людині змогу раціонально розпоряджатися своїми здібностями, знаннями, інформацією та доходами. Суттю підприємництва він вважав пошук та дослідження нових економічних можливостей. За американським економістом П. Самуельсоном, підприємництво пов'язане з новаторством, а сам підприємець є сміливою людиною з оригінальним мисленням.

В подальших дослідженнях приділялася увага особливим особистим якостям підприємця (здібність реагувати на зміни, самостійність в прийнятті рішень, управлінські здібності), ролі підприємництва в економічній системі, управлінському аспекту в діях підприємця, внутрішньофірмовому підприємництві (підприємницькій формі організації виробництва, що передбачає свободу дій підрозділів підприємства).

Таким чином, всі науковці виділяли інноваційність як основну відмінну рису підприємництва.

Для усвідомлення сутності підприємництва слід зрозуміти, що воно є багатоплановим явищем. Його соціально-економічну сутність слід розглядати як економічну категорію, специфічний фактор виробництва, особливий вид діяльності, певні тип і стиль господарської поведінки. На сьогодні не існує загальноприйнятого визначення підприємництва. В навчальній та науковій літературі міститься велика кількість визна-

А. Сміт розглядав підприємця як власника, метою діяльності якого є отримання прибутку. Згідно з позицією Ж.Б. Сея, до функцій підприємця входять сполучення факторів виробництва, збір інформації та накопичення необхідного досвіду, прийняття рішення та організація виробничого процесу. Рисою, яка відрізняє підприємця від капіталіста та менеджера, є, перш за все, творчий, експериментальний, ризиковий характер його діяльності. А. Маршалл приділяв увагу організаторській функції підприємця, а підприємницьку здатність до організації виробництва виділив як окремий фактор виробництва.

Важливим етапом в розробці теорії підприємництва вважаються праці австро-американського економіста і соціолога Й. Шумпетера та австрійського економіста Ф. Хаєка (перша половина ХХ ст.). Й. Шумпетер розглядав підприємця як центральний елемент механізму економічного розвитку та особистість з яскраво вираженими новаторськими діловими здібностями, що реалізуються в оригінальних, нетрадиційних, відмінних від існуючих комерційних проектах. Й. Шумпетер дав визначення: підприємець – це людина, що намагається перетворити нову ідею або винахід на успішну інновацію. Він визначив основні функції підприємця: виготовлення нового блага або старого нової якості; освоєння нового ринку збуту, джерел сировини або напівфабрикатів; впровадження нового методу виробництва; відповідна реорганізація виробництва. Ф. Хаєк пов'язував підприємництво насамперед з особистою свободою, яка дає людині змогу раціонально розпоряджатися своїми здібностями, знаннями, інформацією та доходами. Суттю підприємництва він вважав пошук та дослідження нових економічних можливостей. За американським економістом П. Самуельсоном, підприємництво пов'язане з новаторством, а сам підприємець є сміливою людиною з оригінальним мисленням.

В подальших дослідженнях приділялася увага особливим особистим якостям підприємця (здібність реагувати на зміни, самостійність в прийнятті рішень, управлінські здібності), ролі підприємництва в економічній системі, управлінському аспекту в діях підприємця, внутрішньофірмовому підприємництві (підприємницькій формі організації виробництва, що передбачає свободу дій підрозділів підприємства).

Таким чином, всі науковці виділяли інноваційність як основну відмінну рису підприємництва.

Для усвідомлення сутності підприємництва слід зрозуміти, що воно є багатоплановим явищем. Його соціально-економічну сутність слід розглядати як економічну категорію, специфічний фактор виробництва, особливий вид діяльності, певні тип і стиль господарської поведінки. На сьогодні не існує загальноприйнятого визначення підприємництва. В навчальній та науковій літературі міститься велика кількість визна-

чень, що характеризують підприємництво та підприємця з економічної, психологічної, управлінської та інших точок зору.

К. Макконнелл і С. Брю, автори американського підручника «Економікс», розглядають підприємництво як особливий вид діяльності, в основі якої лежить ряд неодмінних умов і вимог. Підприємець бере на себе ініціативу з'єднання ресурсів землі, капіталу і праці в єдиний процес виробництва, прийняття основних рішень. Підприємець – це новатор, людина, що йде на ризик.

Американський вчений Р. Хизрич, автор відомого підручника з підприємництва, визначає підприємництво як процес створення чогось нового, що має вартість, а підприємця – як людину, яка витрачає на це необхідний час та сили, бере на себе весь фінансовий, психологічний та соціальний ризик, одержуючи у винагороду гроші та задоволення від досягнутого.

Англійський професор А.Хоскінг стверджує: «Індивідуальним підприємцем є особа, яка веде діло за свій рахунок, особисто займається управлінням бізнесом і несе особисту відповідальність за забезпечення необхідними засобами, самостійно приймає рішення. Її винагородою є отриманий в результаті підприємницької діяльності прибуток і відчуття задоволення від зайняття вільним підприємництвом. Але поряд з цим підприємець повинний прийняти на себе весь ризик втрат у випадку банкрутства його підприємства.»

А. Бусигін, автор одного з перших сучасних російських базових підручників з підприємництва, зазначає: «підприємництво – це особливий вид економічної активності (під якою ми розуміємо доцільну діяльність, спрямовану на здобуття прибутку), яка базується на самостійній ініціативі, відповідальності та інноваційній підприємницькій ідеї. Економічна активність є формою участі індивіда в суспільному виробництві і способом отримання фінансових коштів для забезпечення життєдіяльності...».

У російському підручнику групи авторів під редакцією М. Г. Лапусти сказано: «Підприємництво – вільне економічне господарювання в різних сферах діяльності (крім заборонених законодавчими актами), здійснюване суб'єктами ринкових відносин з метою задоволення потреб конкретних споживачів і суспільства в товарах (роботах і послугах) та одержання прибутку (доходу), необхідних для саморозвитку власної справи (підприємства) і забезпечення фінансових обов'язків... «. І далі: «Підприємництво – це принципово новий тип господарювання, який базується на інноваційному поведженні власників підприємства, на умінні знаходити і використовувати ідеї, утілювати їх у конкретні підприємницькі проекти...».

Професор А. Асаул (м. Санкт-Петербург) вважає, що «підприємництво – це особливий вид господарської діяльності, сутність якої полягає в стимулюванні та задоволенні попиту суспільства на конкретні потре-

чень, що характеризують підприємництво та підприємця з економічної, психологічної, управлінської та інших точок зору.

К. Макконнелл і С. Брю, автори американського підручника «Економікс», розглядають підприємництво як особливий вид діяльності, в основі якої лежить ряд неодмінних умов і вимог. Підприємець бере на себе ініціативу з'єднання ресурсів землі, капіталу і праці в єдиний процес виробництва, прийняття основних рішень. Підприємець – це новатор, людина, що йде на ризик.

Американський вчений Р. Хизрич, автор відомого підручника з підприємництва, визначає підприємництво як процес створення чогось нового, що має вартість, а підприємця – як людину, яка витрачає на це необхідний час та сили, бере на себе весь фінансовий, психологічний та соціальний ризик, одержуючи у винагороду гроші та задоволення від досягнутого.

Англійський професор А.Хоскінг стверджує: «Індивідуальним підприємцем є особа, яка веде діло за свій рахунок, особисто займається управлінням бізнесом і несе особисту відповідальність за забезпечення необхідними засобами, самостійно приймає рішення. Її винагородою є отриманий в результаті підприємницької діяльності прибуток і відчуття задоволення від зайняття вільним підприємництвом. Але поряд з цим підприємець повинний прийняти на себе весь ризик втрат у випадку банкрутства його підприємства.»

А. Бусигін, автор одного з перших сучасних російських базових підручників з підприємництва, зазначає: «підприємництво – це особливий вид економічної активності (під якою ми розуміємо доцільну діяльність, спрямовану на здобуття прибутку), яка базується на самостійній ініціативі, відповідальності та інноваційній підприємницькій ідеї. Економічна активність є формою участі індивіда в суспільному виробництві і способом отримання фінансових коштів для забезпечення життєдіяльності...».

У російському підручнику групи авторів під редакцією М. Г. Лапусти сказано: «Підприємництво – вільне економічне господарювання в різних сферах діяльності (крім заборонених законодавчими актами), здійснюване суб'єктами ринкових відносин з метою задоволення потреб конкретних споживачів і суспільства в товарах (роботах і послугах) та одержання прибутку (доходу), необхідних для саморозвитку власної справи (підприємства) і забезпечення фінансових обов'язків... «. І далі: «Підприємництво – це принципово новий тип господарювання, який базується на інноваційному поведженні власників підприємства, на умінні знаходити і використовувати ідеї, утілювати їх у конкретні підприємницькі проекти...».

Професор А. Асаул (м. Санкт-Петербург) вважає, що «підприємництво – це особливий вид господарської діяльності, сутність якої полягає в стимулюванні та задоволенні попиту суспільства на конкретні потре-

би його членів... та спрямованої на завоювання конкурентних переваг через порушення ринкової рівноваги».

Згідно з «Економічною енциклопедією» (2001 р.) «підприємництво – самостійне організаційно-господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутків та реалізації власної мети».

Вітчизняні науковці З. Варналій, С. Мочерний, Л. Шваб, А. Виноградська, В. Колот, В. Подсолонко, В. Сизоненко та ін., узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва та роль підприємця, а також практику підприємницької діяльності виділяють специфічні **рис**и (ознаки) підприємництва.

Таким чином, підприємництво – це особливий вид господарської діяльності, тип господарської поведінки, для якого характерним є:

- свобода та самостійність рішень його суб'єктів (вільний вибір виду діяльності, партнерів, вільне розпорядження прибутком);
- особиста економічна зацікавленість та відповідальність (підприємець діє заради збільшення власних доходів, несе відповідальність по зобов'язаннях та відшкодовує збитки);
- інноваційний характер діяльності (новаторство, творчість, створення нового товару, послуги, застосування нової технології, організації ділового процесу);
- наявність фактора ризику (можливість втрати ресурсів чи неodeжання доходів).

Основою підприємницької діяльності є власність підприємця. Суб'єктами підприємництва є підприємці – фізичні або юридичні особи, що здійснюють підприємницьку діяльність та є власниками справи (підприємства). Якщо окрема особа виробляє або купує товари(послуги) для власного споживання, то вона не є підприємцем. Якщо особа виробляє або купує більш, ніж її необхідно для власного споживання і продає надлишки – вона є підприємцем.

Особливості даного типу діяльності вимагають певних рис особистості підприємця, новаторських, комерційних та організаторських здібностей.

Зміст підприємницької діяльності розкривається через функції підприємництва (табл. 1.1).

Як правило, до переліку функцій підприємництва включають **інноваційну (новаторську, творчу), ресурсну (господарську, мобілізацію різних ресурсів) та організаційну функцію** (організація, маркетингу, виробництва та інших господарських операцій). Деякі дослідники виділяють ще соціальну (виготовлення необхідних товарів, створення робочих місць), особистісну (реалізація мети, задоволення підприємця), стимулюючу, управлінську, захисну функції.

би його членів... та спрямованої на завоювання конкурентних переваг через порушення ринкової рівноваги».

Згідно з «Економічною енциклопедією» (2001 р.) «підприємництво – самостійне організаційно-господарське новаторство на основі використання різних можливостей для випуску нових або старих товарів новими методами, відкриття нових джерел сировини, ринків збуту тощо з метою отримання прибутків та реалізації власної мети».

Вітчизняні науковці З. Варналій, С. Мочерний, Л. Шваб, А. Виноградська, В. Колот, В. Подсолонко, В. Сизоненко та ін., узагальнюючи наукові погляди на сутність підприємництва та роль підприємця, а також практику підприємницької діяльності виділяють специфічні **рис**и (ознаки) підприємництва.

Таким чином, підприємництво – це особливий вид господарської діяльності, тип господарської поведінки, для якого характерним є:

- свобода та самостійність рішень його суб'єктів (вільний вибір виду діяльності, партнерів, вільне розпорядження прибутком);
- особиста економічна зацікавленість та відповідальність (підприємець діє заради збільшення власних доходів, несе відповідальність по зобов'язаннях та відшкодовує збитки);
- інноваційний характер діяльності (новаторство, творчість, створення нового товару, послуги, застосування нової технології, організації ділового процесу);
- наявність фактора ризику (можливість втрати ресурсів чи неodeжання доходів).

Основою підприємницької діяльності є власність підприємця. Суб'єктами підприємництва є підприємці – фізичні або юридичні особи, що здійснюють підприємницьку діяльність та є власниками справи (підприємства). Якщо окрема особа виробляє або купує товари(послуги) для власного споживання, то вона не є підприємцем. Якщо особа виробляє або купує більш, ніж її необхідно для власного споживання і продає надлишки – вона є підприємцем.

Особливості даного типу діяльності вимагають певних рис особистості підприємця, новаторських, комерційних та організаторських здібностей.

Зміст підприємницької діяльності розкривається через функції підприємництва (табл. 1.1).

Як правило, до переліку функцій підприємництва включають **інноваційну (новаторську, творчу), ресурсну (господарську, мобілізацію різних ресурсів) та організаційну функцію** (організація, маркетингу, виробництва та інших господарських операцій). Деякі дослідники виділяють ще соціальну (виготовлення необхідних товарів, створення робочих місць), особистісну (реалізація мети, задоволення підприємця), стимулюючу, управлінську, захисну функції.

Таблиця 1.1 – Порівняння різних підходів до класифікації функцій підприємництва [54, 56, 86, 107, 141]

Мочерний С.В.	Колот В.М.	Виноградська А. М.	Варналій З.С.	Сизоненко В.О.
новаторська,	творча	ресурсна	Ресурсна мобілізація	Становлення власної справи (мобілізація ресурсів)
організаційна	ресурсна	творча	Інноваційна (творча)	Організаційна
господарська	організаційна	організаційна	Організаційна	Розвитку бізнесу(пошук можливостей, реалізація стратегії)
соціальна		стимулююча	Стимулююча (мотиваційна)	
особистісна		управлінська		
		захисна		
		інші (маркетинг, облік)		

Багаторічний досвід господарювання у країнах з розвинутою ринковою економікою свідчить про те, що підприємницька діяльність може здійснюватись за класичною чи інноваційною моделлю.

Класична модель підприємництва орієнтована на максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємництва.

Інноваційна модель підприємництва передбачає активне впровадження інноваційних рішень і пошук джерел відповідних ресурсів.

В Україні терміни «підприємництво» та «бізнес» часто застосовуються як синоніми, але вони мають певні відмінності. По-перше, слово «бізнес» в англійських країнах має кілька значень («business» – справа, заняття, комерція, угода, торговельна операція тощо) і тому є більш широким поняттям, ніж українськомовний термін «підприємництво», який згідно з законодавством є особливим видом господарської діяльності. Деякі дослідники вважають, що, підприємництво виділяється з усього бізнесу такою властивістю як новаторство і тому бізнесмен може не бути підприємцем. У практиці ці терміни звичайно ототожнюють, тобто вузький термін «підприємництво» вважають рівнозначним більш широкому терміну «бізнес». Поряд з цим, іноді у вітчизняному

Таблиця 1.1 – Порівняння різних підходів до класифікації функцій підприємництва [54, 56, 86, 107, 141]

Мочерний С.В.	Колот В.М.	Виноградська А. М.	Варналій З.С.	Сизоненко В.О.
новаторська,	творча	ресурсна	Ресурсна мобілізація	Становлення власної справи (мобілізація ресурсів)
організаційна	ресурсна	творча	Інноваційна (творча)	Організаційна
господарська	організаційна	організаційна	Організаційна	Розвитку бізнесу(пошук можливостей, реалізація стратегії)
соціальна		стимулююча	Стимулююча (мотиваційна)	
особистісна		управлінська		
		захисна		
		інші (маркетинг, облік)		

Багаторічний досвід господарювання у країнах з розвинутою ринковою економікою свідчить про те, що підприємницька діяльність може здійснюватись за класичною чи інноваційною моделлю.

Класична модель підприємництва орієнтована на максимально ефективне використання наявних ресурсів підприємництва.

Інноваційна модель підприємництва передбачає активне впровадження інноваційних рішень і пошук джерел відповідних ресурсів.

В Україні терміни «підприємництво» та «бізнес» часто застосовуються як синоніми, але вони мають певні відмінності. По-перше, слово «бізнес» в англійських країнах має кілька значень («business» – справа, заняття, комерція, угода, торговельна операція тощо) і тому є більш широким поняттям, ніж українськомовний термін «підприємництво», який згідно з законодавством є особливим видом господарської діяльності. Деякі дослідники вважають, що, підприємництво виділяється з усього бізнесу такою властивістю як новаторство і тому бізнесмен може не бути підприємцем. У практиці ці терміни звичайно ототожнюють, тобто вузький термін «підприємництво» вважають рівнозначним більш широкому терміну «бізнес». Поряд з цим, іноді у вітчизняному

застосуванні термін «бізнес» має більш кримінальний відтінок, або значення більш солідної, успішної комерційної діяльності, ніж підприємництво.

У сучасному господарюванні синонімами бізнесу є комерційне або виробниче підприємство, фірма, торгівля, ділова активність, ділові відносини між людьми. Гарвардська школа бізнесу визначає бізнес як «вміння приймати правильні господарські рішення в умовах невизначеності».

1.2 Роль підприємництва в суспільстві

Формування ефективної ринкової системи господарювання в Україні пов'язане з розвитком масштабів підприємницької діяльності в усіх галузях економіки. Підприємництво має на меті, з одного боку, одержання прибутку в результаті застосування новітніх технологій, розвитку нових методів організації виробництва, надання послуг; з іншого – найбільш ефективно використання ресурсів.

Роль і значення підприємництва в економічному розвитку країни полягає у тому, що:

- підприємництво впливає на структурну перебудову в економіці, збільшення обсягів виробництва і надання послуг, інвестиційної діяльності та на формування інфраструктури бізнесу;
- підприємництво сприяє розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, здійсненню інноваційних процесів, швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції;
- розвиток підприємництва створює сприятливе середовище для конкуренції;
- підприємництво забезпечує сильні діючі стимули до високоефективної праці, сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. У більшості випадків особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники;
- створює нові робочі місця, проводить благодійну діяльність.

Отже, підприємництво відіграє особливу роль у національному господарстві країни, прискорюючи рух економіки шляхом підвищення ефективності та постійного оновлення. Нагромаджений досвід усіх без винятку індустріально розвинутих країн з ринковою економікою соціального спрямування незаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного зростання.

В Україні протягом останніх 20 років спостерігається процес формування ринкових відносин, у яких підприємництво відіграє основну роль.

Суттєвим моментом при визначенні ролі підприємництва є масштаби діяльності. В цьому розумінні підприємництво охоплює малий, се-

застосуванні термін «бізнес» має більш кримінальний відтінок, або значення більш солідної, успішної комерційної діяльності, ніж підприємництво.

У сучасному господарюванні синонімами бізнесу є комерційне або виробниче підприємство, фірма, торгівля, ділова активність, ділові відносини між людьми. Гарвардська школа бізнесу визначає бізнес як «вміння приймати правильні господарські рішення в умовах невизначеності».

1.2 Роль підприємництва в суспільстві

Формування ефективної ринкової системи господарювання в Україні пов'язане з розвитком масштабів підприємницької діяльності в усіх галузях економіки. Підприємництво має на меті, з одного боку, одержання прибутку в результаті застосування новітніх технологій, розвитку нових методів організації виробництва, надання послуг; з іншого – найбільш ефективно використання ресурсів.

Роль і значення підприємництва в економічному розвитку країни полягає у тому, що:

- підприємництво впливає на структурну перебудову в економіці, збільшення обсягів виробництва і надання послуг, інвестиційної діяльності та на формування інфраструктури бізнесу;
- підприємництво сприяє розвитку перспективних напрямків господарської діяльності, здійсненню інноваційних процесів, швидшому оновленню техніко-технологічної бази і номенклатури продукції;
- розвиток підприємництва створює сприятливе середовище для конкуренції;
- підприємництво забезпечує сильні діючі стимули до високоефективної праці, сприяє економії і раціональному використанню всіх ресурсів. У більшості випадків особистості, котрі мають власний бізнес і завдяки цьому сильніші спонукальні мотиви, більше зацікавлені в якісній і продуктивній праці, ніж наймані працівники;
- створює нові робочі місця, проводить благодійну діяльність.

Отже, підприємництво відіграє особливу роль у національному господарстві країни, прискорюючи рух економіки шляхом підвищення ефективності та постійного оновлення. Нагромаджений досвід усіх без винятку індустріально розвинутих країн з ринковою економікою соціального спрямування незаперечно підтверджує, що підприємництво – необхідна умова досягнення економічного зростання.

В Україні протягом останніх 20 років спостерігається процес формування ринкових відносин, у яких підприємництво відіграє основну роль.

Суттєвим моментом при визначенні ролі підприємництва є масштаби діяльності. В цьому розумінні підприємництво охоплює малий, се-

редній і великий бізнес, що формує особливе середовище, яке функціонує для одержання прибутку і структурно перетворює економічну систему відповідної держави або її окремої території. Основні функції малого, середнього і великого підприємництва в загальних рисах співпадають, проте є і певні відміни. Суб'єкти малого підприємництва кількісно переважають в усіх розвинених країнах світу. Малий бізнес швидше реагує на зміни кон'юнктури ринку, забезпечує насиченість його товарами і різноманітними послугами, працює в основному на масового споживача, сприяє послабленню монополізму, є носієм інновацій. Усі ці властивості малого бізнесу свідчать, що його розвиток – це могутній чинник реформування вітчизняної економіки, подолання кризи та забезпечення передумов для економічного зростання. Однак, малий бізнес в силу обмеженості масштабів діяльності, відносно невеликих ринків ресурсів та збуту, а також інших специфічних особливостей направлений в основному на задоволення місцевих потреб у товарах і послугах і, отже, має переважно регіональну направленість. Малі фірми дозволяють створити різноманітну економічну базу розвитку регіону, дають значну кількість нових робочих місць, створюють умови для задоволення потреб населення, в певній мірі знижують наслідки соціальних потрясінь, зв'язаних з економічною перебудовою суспільства. З іншого боку, малі фірми вимагають набагато менше капіталу для їхнього запуску, вони охоче здійснюють ризикові заходи з метою одержання більших доходів. Сектор малого і середнього бізнесу потребує ефективної державної підтримки як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях.

Середні підприємства здійснюють виробництво невеликої, але стійкої номенклатури виробів з малою капіталомісткістю та незначними витратами у значних обсягах. Вони, як правило, здатні швидко пристосуватись до регіональних ринків, краще використовувати місцеві виробничі ресурси (трудові і сировинні) та забезпечувати насичення ринку регіону необхідними товарами та послугами. Порівняно з великим бізнесом середнє підприємництво більш тісно пов'язане з національними інтересами, значною мірою залежить від внутрішньої економічної кон'юнктури і тому зацікавлене у захисті з боку держави на внутрішньому ринку.

Великий бізнес, як правило, здійснює виробництво масової продукції стабільного асортименту, що значно зменшує собівартість продукції і підвищує її конкурентоспроможність. З метою самозбереження та розвитку він має потяг до консолідації, поглинаючи або контролюючи більш дрібних партнерів, з одного боку, та об'єднуючись у міжнародні структури, частково втрачаючи самостійність та допускаючи іноземних підприємців на внутрішній ринок країни – з іншого. Великі підприємства створюють сприятливі умови для розробки науково-технічних проєк-

редній і великий бізнес, що формує особливе середовище, яке функціонує для одержання прибутку і структурно перетворює економічну систему відповідної держави або її окремої території. Основні функції малого, середнього і великого підприємництва в загальних рисах співпадають, проте є і певні відміни. Суб'єкти малого підприємництва кількісно переважають в усіх розвинених країнах світу. Малий бізнес швидше реагує на зміни кон'юнктури ринку, забезпечує насиченість його товарами і різноманітними послугами, працює в основному на масового споживача, сприяє послабленню монополізму, є носієм інновацій. Усі ці властивості малого бізнесу свідчать, що його розвиток – це могутній чинник реформування вітчизняної економіки, подолання кризи та забезпечення передумов для економічного зростання. Однак, малий бізнес в силу обмеженості масштабів діяльності, відносно невеликих ринків ресурсів та збуту, а також інших специфічних особливостей направлений в основному на задоволення місцевих потреб у товарах і послугах і, отже, має переважно регіональну направленість. Малі фірми дозволяють створити різноманітну економічну базу розвитку регіону, дають значну кількість нових робочих місць, створюють умови для задоволення потреб населення, в певній мірі знижують наслідки соціальних потрясінь, зв'язаних з економічною перебудовою суспільства. З іншого боку, малі фірми вимагають набагато менше капіталу для їхнього запуску, вони охоче здійснюють ризикові заходи з метою одержання більших доходів. Сектор малого і середнього бізнесу потребує ефективної державної підтримки як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях.

Середні підприємства здійснюють виробництво невеликої, але стійкої номенклатури виробів з малою капіталомісткістю та незначними витратами у значних обсягах. Вони, як правило, здатні швидко пристосуватись до регіональних ринків, краще використовувати місцеві виробничі ресурси (трудові і сировинні) та забезпечувати насичення ринку регіону необхідними товарами та послугами. Порівняно з великим бізнесом середнє підприємництво більш тісно пов'язане з національними інтересами, значною мірою залежить від внутрішньої економічної кон'юнктури і тому зацікавлене у захисті з боку держави на внутрішньому ринку.

Великий бізнес, як правило, здійснює виробництво масової продукції стабільного асортименту, що значно зменшує собівартість продукції і підвищує її конкурентоспроможність. З метою самозбереження та розвитку він має потяг до консолідації, поглинаючи або контролюючи більш дрібних партнерів, з одного боку, та об'єднуючись у міжнародні структури, частково втрачаючи самостійність та допускаючи іноземних підприємців на внутрішній ринок країни – з іншого. Великі підприємства створюють сприятливі умови для розробки науково-технічних проєк-

тів з метою швидкого впровадження новітніх досягнень науки і техніки і виготовлення найновішої високоякісної продукції наукоємних галузей – електронних виробів, персональних комп'ютерів тощо. Завдяки ефекту економії на масштабах виробництва великий бізнес забезпечує більш результативну діяльність, стійкість розвитку. Крім того, привабливими рисами великого і середнього бізнесу є кваліфікований менеджмент, диверсифікація виробництва, ефективний механізм внутрігалузевого, міжгалузевого і внутрішньофірмового переливу капіталу. Водночас великі підприємства часто занадто консервативні і неспроможні оперативно реагувати на кон'юнктуру ринку щодо моделей і дизайну продукції підприємства [56].

Отже, формування ринкової структури національної економіки передбачає оптимальне поєднання малого, середнього і великого бізнесу. Загалом вони краще задовольняють різнобічні потреби суспільства, більш оперативно реагують на кон'юнктуру ринку та на досягнення науково-технічного прогресу, забезпечують передумови для економічного зростання.

Підприємництво є одним із важливих чинників соціально-економічного прогресу і тому суспільство зацікавлене у створенні необхідних передумов для його розвитку.

Ефективна та активна підприємницька діяльність може здійснюватись в суспільному господарстві за певних макроекономічних **передумов**:

- наявність прав і свобод для здійснення самостійної підприємницької діяльності;
- узаконене право власника на засоби виробництва, продукт і дохід від підприємницької діяльності;
- повна відповідальність за результати своєї економічної діяльності;
- наявність конкурентного середовища;
- відкритість економіки, її інтеграція в систему світогосподарських зв'язків, право підприємця здійснювати зовнішньоекономічні операції;
- сприятливий політичний клімат;
- позитивна суспільна думка.

1.3 Засади підприємницької діяльності в Україні

Згідно із Конституцією України, кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Основні засади господарювання в Україні визначає Господарський Кодекс.

Загальними принципами господарювання в Україні є:

- забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;
- свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

тів з метою швидкого впровадження новітніх досягнень науки і техніки і виготовлення найновішої високоякісної продукції наукоємних галузей – електронних виробів, персональних комп'ютерів тощо. Завдяки ефекту економії на масштабах виробництва великий бізнес забезпечує більш результативну діяльність, стійкість розвитку. Крім того, привабливими рисами великого і середнього бізнесу є кваліфікований менеджмент, диверсифікація виробництва, ефективний механізм внутрігалузевого, міжгалузевого і внутрішньофірмового переливу капіталу. Водночас великі підприємства часто занадто консервативні і неспроможні оперативно реагувати на кон'юнктуру ринку щодо моделей і дизайну продукції підприємства [56].

Отже, формування ринкової структури національної економіки передбачає оптимальне поєднання малого, середнього і великого бізнесу. Загалом вони краще задовольняють різнобічні потреби суспільства, більш оперативно реагують на кон'юнктуру ринку та на досягнення науково-технічного прогресу, забезпечують передумови для економічного зростання.

Підприємництво є одним із важливих чинників соціально-економічного прогресу і тому суспільство зацікавлене у створенні необхідних передумов для його розвитку.

Ефективна та активна підприємницька діяльність може здійснюватись в суспільному господарстві за певних макроекономічних **передумов**:

- наявність прав і свобод для здійснення самостійної підприємницької діяльності;
- узаконене право власника на засоби виробництва, продукт і дохід від підприємницької діяльності;
- повна відповідальність за результати своєї економічної діяльності;
- наявність конкурентного середовища;
- відкритість економіки, її інтеграція в систему світогосподарських зв'язків, право підприємця здійснювати зовнішньоекономічні операції;
- сприятливий політичний клімат;
- позитивна суспільна думка.

1.3 Засади підприємницької діяльності в Україні

Згідно із Конституцією України, кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом. Основні засади господарювання в Україні визначає Господарський Кодекс.

Загальними принципами господарювання в Україні є:

- забезпечення економічної багатоманітності та рівний захист державою усіх суб'єктів господарювання;
- свобода підприємницької діяльності у межах, визначених законом;

- вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України;
- обмежене державне регулювання економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;
- захист національного товаровиробника;
- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини.

Під **господарською діяльністю** розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. **Комерційна господарська діяльність**, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є **підприємництвом**, а суб'єкти підприємництва – **підприємцями**. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність).

За визначенням ст. 42 Господарського кодексу України, **підприємництво** – це **самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку**.

Таким чином, згідно із законодавством, підприємницька діяльність характеризується такими **ознаками** як самостійність, ініціативність, систематичність, власний ризик, та спрямованість на одержання економічних і соціальних результатів та отримання прибутку. Розглянемо ці ознаки.

По-перше, підприємницька діяльність характеризується самостійністю. Самостійність означає, що фізична особа самостійно здійснює керівництво цією діяльністю. При цьому самостійність не означає, що фізична особа – підприємець повинна здійснювати вказану діяльність тільки своїми власними силами.

Другою ознакою підприємницької діяльності є ініціативність. Ця ознака тісно пов'язана з самостійністю. Враховуючи, що підприємець самостійно здійснює підприємницьку діяльність, від нього і виходить ініціатива на заснування власної справи, вчинення тих чи інших операцій та укладання договорів.

Третьою ознакою підприємницької діяльності є систематичність, тобто здійснення постійно протягом тривалого строку. Одноразова дія по виготовленню і продажу певного товару не є підприємництвом. На рівні законів або підзаконних актів не визначено, що вважається саме систематичною діяльністю, і скільки операцій на рік повинна здійснити

- вільний рух капіталів, товарів та послуг на території України;
- обмежене державне регулювання економічних процесів у зв'язку з необхідністю забезпечення соціальної спрямованості економіки, добросовісної конкуренції у підприємстві, екологічного захисту населення, захисту прав споживачів та безпеки суспільства і держави;
- захист національного товаровиробника;
- заборона незаконного втручання органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їх посадових осіб у господарські відносини.

Під **господарською діяльністю** розуміється діяльність суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність. **Комерційна господарська діяльність**, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою одержання прибутку, є **підприємництвом**, а суб'єкти підприємництва – **підприємцями**. Господарська діяльність може здійснюватись і без мети одержання прибутку (некомерційна господарська діяльність).

За визначенням ст. 42 Господарського кодексу України, **підприємництво** – це **самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку**.

Таким чином, згідно із законодавством, підприємницька діяльність характеризується такими **ознаками** як самостійність, ініціативність, систематичність, власний ризик, та спрямованість на одержання економічних і соціальних результатів та отримання прибутку. Розглянемо ці ознаки.

По-перше, підприємницька діяльність характеризується самостійністю. Самостійність означає, що фізична особа самостійно здійснює керівництво цією діяльністю. При цьому самостійність не означає, що фізична особа – підприємець повинна здійснювати вказану діяльність тільки своїми власними силами.

Другою ознакою підприємницької діяльності є ініціативність. Ця ознака тісно пов'язана з самостійністю. Враховуючи, що підприємець самостійно здійснює підприємницьку діяльність, від нього і виходить ініціатива на заснування власної справи, вчинення тих чи інших операцій та укладання договорів.

Третьою ознакою підприємницької діяльності є систематичність, тобто здійснення постійно протягом тривалого строку. Одноразова дія по виготовленню і продажу певного товару не є підприємництвом. На рівні законів або підзаконних актів не визначено, що вважається саме систематичною діяльністю, і скільки операцій на рік повинна здійснити

особа, щоб її діяльність була визначена як підприємницька (наприклад, операцій купівлі-продажу). Тобто, особа сама вирішує чи є її діяльність підприємницькою, і здійснює державну реєстрацію. Метод правового впливу такий: підприємець має більш вигідний режим оподаткування, ніж звичайна фізична особа. Фізична особа – підприємець, хоча і подає більше звітності, але може платити менше податків від своєї діяльності, ніж не підприємець.

Наступною ознакою підприємницької діяльності є здійснення такої діяльності на власний ризик. Будь-яка операція чи договір можуть закінчитися прибутками або збитками. Підприємець відповідає по всіх зобов'язаннях власного підприємства (справи).

Мета підприємницької діяльності визначена як досягнення економічного і соціального результату та отримання прибутку. Підприємець починає свою діяльність з метою одержання прибутку – це визначальна ознака підприємницької діяльності. Саме цим остання відрізняється від господарської діяльності некомерційного характеру.

Господарським Кодексом визначені **принципи підприємницької діяльності** в Україні. Підприємництво здійснюється на основі:

- вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- вільного найму підприємцем працівників;
- комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
- вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця. Разом з тим, в окремих випадках, що прямо передбачені законом, особа може бути **обмежена** у свободі підприємницької діяльності, наприклад, за суб'єктивним складом (для посадових осіб органів державної влади), або ж характером підприємницької діяльності (встановлення монополії). Зокрема, встановлено законом перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, а також перелік видів діяльності, недержавне підприємництво в яких забороняється.

Законодавство визначає порядок створення, державної реєстрації, діяльності, реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємництва окремих організаційних форм.

особа, щоб її діяльність була визначена як підприємницька (наприклад, операцій купівлі-продажу). Тобто, особа сама вирішує чи є її діяльність підприємницькою, і здійснює державну реєстрацію. Метод правового впливу такий: підприємець має більш вигідний режим оподаткування, ніж звичайна фізична особа. Фізична особа – підприємець, хоча і подає більше звітності, але може платити менше податків від своєї діяльності, ніж не підприємець.

Наступною ознакою підприємницької діяльності є здійснення такої діяльності на власний ризик. Будь-яка операція чи договір можуть закінчитися прибутками або збитками. Підприємець відповідає по всіх зобов'язаннях власного підприємства (справи).

Мета підприємницької діяльності визначена як досягнення економічного і соціального результату та отримання прибутку. Підприємець починає свою діяльність з метою одержання прибутку – це визначальна ознака підприємницької діяльності. Саме цим остання відрізняється від господарської діяльності некомерційного характеру.

Господарським Кодексом визначені **принципи підприємницької діяльності** в Україні. Підприємництво здійснюється на основі:

- вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
- самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- вільного найму підприємцем працівників;
- комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
- вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця. Разом з тим, в окремих випадках, що прямо передбачені законом, особа може бути **обмежена** у свободі підприємницької діяльності, наприклад, за суб'єктивним складом (для посадових осіб органів державної влади), або ж характером підприємницької діяльності (встановлення монополії). Зокрема, встановлено законом перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, а також перелік видів діяльності, недержавне підприємництво в яких забороняється.

Законодавство визначає порядок створення, державної реєстрації, діяльності, реорганізації та ліквідації суб'єктів підприємництва окремих організаційних форм.

Особливості здійснення окремих видів підприємництва встановлюються законодавчими актами.

Необхідною умовою для офіційного, легітимного здійснення підприємницької діяльності є державна реєстрація. Особа, яка займається підприємницькою діяльністю, втрачає це право з моменту припинення дії державної реєстрації, її анулювання тощо.

1.4 Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва

Відповідно до законодавства України, суб'єктами підприємницької діяльності є:

1) господарські організації (підприємства) – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Здійснення підприємницької діяльності забороняється органам державної влади та органам місцевого самоврядування.

Існують також обмеження щодо здійснення фізичними особами права на заняття підприємницькою діяльністю. Вона обмежується законом щодо депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування. До того ж, забороняється займатися підприємницькою діяльністю військовослужбовцям, службовим особам органів внутрішніх справ, прокуратури, суду, органів державної безпеки України тощо.

Посадовими особами органів управління господарського товариства не можуть бути члени Кабінету Міністрів України, керівники центральних та інших органів виконавчої влади, військовослужбовці, посадові особи органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного нотаріату, а також посадові особи органів державної влади, крім випадків, коли державні службовці здійснюють функції з управління акціями (частками, паями), що належать державі, та представляють інтереси держави в раді товариства (спостережній раді) або ревізійній комісії товариства. Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути посадовими особами тих товариств, які здійснюють цей вид діяльності. Посадовими особами органів управління товариства визнаються голова та члени виконавчого органу, голова ревізійної комісії, а в товариствах, де створена рада товариства (спостережна рада), – голова та члени ради товариства (спостережної ради).

Особливості здійснення окремих видів підприємництва встановлюються законодавчими актами.

Необхідною умовою для офіційного, легітимного здійснення підприємницької діяльності є державна реєстрація. Особа, яка займається підприємницькою діяльністю, втрачає це право з моменту припинення дії державної реєстрації, її анулювання тощо.

1.4 Суб'єкти підприємницької діяльності. Громадянин як суб'єкт підприємництва

Відповідно до законодавства України, суб'єктами підприємницької діяльності є:

1) господарські організації (підприємства) – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані в установленому законом порядку;

2) громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність та зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Здійснення підприємницької діяльності забороняється органам державної влади та органам місцевого самоврядування.

Існують також обмеження щодо здійснення фізичними особами права на заняття підприємницькою діяльністю. Вона обмежується законом щодо депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування. До того ж, забороняється займатися підприємницькою діяльністю військовослужбовцям, службовим особам органів внутрішніх справ, прокуратури, суду, органів державної безпеки України тощо.

Посадовими особами органів управління господарського товариства не можуть бути члени Кабінету Міністрів України, керівники центральних та інших органів виконавчої влади, військовослужбовці, посадові особи органів прокуратури, суду, державної безпеки, внутрішніх справ, державного нотаріату, а також посадові особи органів державної влади, крім випадків, коли державні службовці здійснюють функції з управління акціями (частками, паями), що належать державі, та представляють інтереси держави в раді товариства (спостережній раді) або ревізійній комісії товариства. Особи, яким суд заборонив займатися певною діяльністю, не можуть бути посадовими особами тих товариств, які здійснюють цей вид діяльності. Посадовими особами органів управління товариства визнаються голова та члени виконавчого органу, голова ревізійної комісії, а в товариствах, де створена рада товариства (спостережна рада), – голова та члени ради товариства (спостережної ради).

Об'єктами підприємницької діяльності є матеріальні, нематеріальні, фінансові ресурси, продукція, послуги, а також наймана праця.

Підприємці в процесі своєї діяльності реалізують господарську компетенцію, тобто сукупність господарських прав та обов'язків.

Суб'єкт підприємницької діяльності має такі **права**:

- без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яку не заборонено законом;
- укладати договори з іншими суб'єктами господарювання;
- відкривати банківський рахунок;
- створювати спілки, асоціації та інші громадські об'єднання підприємців;
- укладати з громадянами трудові договори (контракти, угоди) щодо використання їх праці;
- користуватись послугами системи соціального забезпечення та соціального страхування;
- відкривати свої філії, представництва, проводити реорганізацію і ліквідацію підприємства за рішенням власника;
- одержувати інформацію про результати інспектування і перевірок його діяльності;
- оскаржувати у суді неправомірні дії громадян, юридичних осіб та органів державної влади.

При укладенні трудового договору (контракту, угоди) підприємець **зобов'язаний** забезпечити соціальні гарантії щодо найманих працівників:

- належні та безпечні умови праці;
- оплату праці не нижчу від визначеної законом та її своєчасне одержання працівниками;
- соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до законодавства України та інші соціальні гарантії.

Усі суб'єкти підприємницької діяльності, відокремлені підрозділи юридичних осіб, виділені на окремий баланс, зобов'язані вести облік результатів своєї роботи, складати та подавати статистичну інформацію і фінансову звітність.

Підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави.

За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом **відповідальність**. Фізична особа-підприємець несе відповідно до чинного законодавства України наступні види відповідальності:

- цивільно-правову (матеріальну). Всім своїм майном на яке може бути накладене стягнення в судовому порядку;
- адміністративну (штраф);
- кримінальну (штраф, обмеження свободи, позбавлення волі).

Об'єктами підприємницької діяльності є матеріальні, нематеріальні, фінансові ресурси, продукція, послуги, а також наймана праця.

Підприємці в процесі своєї діяльності реалізують господарську компетенцію, тобто сукупність господарських прав та обов'язків.

Суб'єкт підприємницької діяльності має такі **права**:

- без обмежень самостійно здійснювати будь-яку підприємницьку діяльність, яку не заборонено законом;
- укладати договори з іншими суб'єктами господарювання;
- відкривати банківський рахунок;
- створювати спілки, асоціації та інші громадські об'єднання підприємців;
- укладати з громадянами трудові договори (контракти, угоди) щодо використання їх праці;
- користуватись послугами системи соціального забезпечення та соціального страхування;
- відкривати свої філії, представництва, проводити реорганізацію і ліквідацію підприємства за рішенням власника;
- одержувати інформацію про результати інспектування і перевірок його діяльності;
- оскаржувати у суді неправомірні дії громадян, юридичних осіб та органів державної влади.

При укладенні трудового договору (контракту, угоди) підприємець **зобов'язаний** забезпечити соціальні гарантії щодо найманих працівників:

- належні та безпечні умови праці;
- оплату праці не нижчу від визначеної законом та її своєчасне одержання працівниками;
- соціальне й медичне страхування та соціальне забезпечення відповідно до законодавства України та інші соціальні гарантії.

Усі суб'єкти підприємницької діяльності, відокремлені підрозділи юридичних осіб, виділені на окремий баланс, зобов'язані вести облік результатів своєї роботи, складати та подавати статистичну інформацію і фінансову звітність.

Підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави.

За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом **відповідальність**. Фізична особа-підприємець несе відповідно до чинного законодавства України наступні види відповідальності:

- цивільно-правову (матеріальну). Всім своїм майном на яке може бути накладене стягнення в судовому порядку;
- адміністративну (штраф);
- кримінальну (штраф, обмеження свободи, позбавлення волі).

Таким чином, підприємницька діяльність може здійснюватись:

- без утворення юридичної особи (фізична особа-підприємець),
- з утворенням юридичної особи (підприємство).

Громадянин визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи.

Громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність:

– безпосередньо як підприємець або через приватне підприємство, що ним створюється;

- із залученням або без залучення найманої праці;
- самостійно або спільно з іншими особами.

Іноземці та особи без громадянства при здійсненні господарської діяльності в Україні користуються такими самими правами і мають такі самі обов'язки, як і громадяни України.

1.5 Державне регулювання підприємництва

Держава і підприємництво вступають у певні відносини, в яких кожна зі сторін має значний вплив. Держава має потребу в підприємстві, оскільки ринкова система забезпечує її матеріальними ресурсами, послугами і товарами, фінансовою підтримкою державних програм і т.п. Підприємництво забезпечує зайнятість населення і підвищення його життєвого рівня. У свою чергу, підприємництво має потребу в державі, оскільки йому необхідне законодавство, що регламентує правила економічної діяльності, її безпеки, захисту і стабільності, а також функціонування монетарної системи, стабільної економічної і соціальної інфраструктури. Підприємництво покладається на конституційний захист і державну підтримку.

Державні органи на різних рівнях впливають на підприємницьку діяльність, тому результати її здійснення залежать від держави. Саме державне регулювання створює те середовище, у якому діють підприємці, забезпечуючи захист права власності, виконання договірних зобов'язань і т.п. Іноді відносини між державою і підприємством можуть виявлятися у конфліктах. Найбільш прийнятним варіантом відносин між державою і підприємством є відносини співробітництва.

Питання ступеня державного впливу є дискусійним. Одні вчені вважають, що для розвитку економіки є необхідною відмова держави від регулювання більшості сфер підприємницької діяльності. Інші, навпаки, наполягають на значному посиленні ролі держави в регулюванні підприємництва для забезпечення суспільних інтересів. Необхідність у відносинах співробітництва між державою і підприємством, зокрема, підтверджується досвідом і успіхами Японії, Кореї, Тайваню й інших

Таким чином, підприємницька діяльність може здійснюватись:

- без утворення юридичної особи (фізична особа-підприємець),
- з утворенням юридичної особи (підприємство).

Громадянин визнається суб'єктом господарювання у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи.

Громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність:

– безпосередньо як підприємець або через приватне підприємство, що ним створюється;

- із залученням або без залучення найманої праці;
- самостійно або спільно з іншими особами.

Іноземці та особи без громадянства при здійсненні господарської діяльності в Україні користуються такими самими правами і мають такі самі обов'язки, як і громадяни України.

1.5 Державне регулювання підприємництва

Держава і підприємництво вступають у певні відносини, в яких кожна зі сторін має значний вплив. Держава має потребу в підприємстві, оскільки ринкова система забезпечує її матеріальними ресурсами, послугами і товарами, фінансовою підтримкою державних програм і т.п. Підприємництво забезпечує зайнятість населення і підвищення його життєвого рівня. У свою чергу, підприємництво має потребу в державі, оскільки йому необхідне законодавство, що регламентує правила економічної діяльності, її безпеки, захисту і стабільності, а також функціонування монетарної системи, стабільної економічної і соціальної інфраструктури. Підприємництво покладається на конституційний захист і державну підтримку.

Державні органи на різних рівнях впливають на підприємницьку діяльність, тому результати її здійснення залежать від держави. Саме державне регулювання створює те середовище, у якому діють підприємці, забезпечуючи захист права власності, виконання договірних зобов'язань і т.п. Іноді відносини між державою і підприємством можуть виявлятися у конфліктах. Найбільш прийнятним варіантом відносин між державою і підприємством є відносини співробітництва.

Питання ступеня державного впливу є дискусійним. Одні вчені вважають, що для розвитку економіки є необхідною відмова держави від регулювання більшості сфер підприємницької діяльності. Інші, навпаки, наполягають на значному посиленні ролі держави в регулюванні підприємництва для забезпечення суспільних інтересів. Необхідність у відносинах співробітництва між державою і підприємством, зокрема, підтверджується досвідом і успіхами Японії, Кореї, Тайваню й інших

держав, чії національні стратегії характеризуються тісним співпрацею між державою і підприємництвом в ім'я досягнення визначених позицій в обраних галузях світового ринку. Ті ж країни, чії стратегії характеризувалися твердими чи навіть антагоністичними відносинами держави і підприємництва, були, відповідно, менш успішними на світовому ринку.

Окрім того, сучасний період розвитку суспільства характеризується глобалізацією підприємництва, створенням міжнародних об'єднань підприємств, а також можливостями використання передових технологій для економічного розвитку держав, унаслідок чого багато держав допомагають, направляють, регулюють і контролюють підприємництво для досягнення технологічної переваги. Таким чином, зростання конкуренції на світовому ринку, глобалізація бізнесу і підвищення значимості інновації підсилюють, у свою чергу, необхідність розвитку відносин співробітництва між державою і підприємництвом.

Державне регулювання підприємництва – це вплив держави на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності з метою забезпечення правових, економічних та організаційних умов становлення і розвитку підприємства,

Без державного регулювання підприємництво ніколи не зможе зробити виробництво економічно безпечним, гарантувати реалізацію соціально-економічних прав людини, вирівняти структурні та регіональні диспропорції тощо.

Державне регулювання підприємництва має свої функції, інструменти (методи) та відповідні органи.

Основні функції державного регулювання підприємництва такі:

- 1) підтримка пропорційності виробництва та споживання, антициклічне регулювання;
- 2) підтримка та розвиток конкуренції, антимонопольні заходи;
- 3) перерозподіл доходів та соціальний захист підприємців і споживачів.

До **інструментів** (методів) державного регулювання підприємства, належать [51]:

- фіскальні (податково-бюджетна система);
- монетарні (кредитно-грошове регулювання);
- цінове регулювання;
- зовнішньоекономічне регулювання (митні збори, ліцензії, квоти).

Органами державного регулювання підприємництва є центральні, а також місцеві органи виконавчої влади та органів самоврядування, які реалізують державну політику щодо регулювання, підтримки та розвитку підприємництва. Зокрема, функції координатора макроекономічної політики держави в Україні виконує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. На міністерство також покладені функції з реалізації державної регуляторної політики, державної політики з питань ро-

держав, чії національні стратегії характеризуються тісним співпрацею між державою і підприємництвом в ім'я досягнення визначених позицій в обраних галузях світового ринку. Ті ж країни, чії стратегії характеризувалися твердими чи навіть антагоністичними відносинами держави і підприємництва, були, відповідно, менш успішними на світовому ринку.

Окрім того, сучасний період розвитку суспільства характеризується глобалізацією підприємництва, створенням міжнародних об'єднань підприємств, а також можливостями використання передових технологій для економічного розвитку держав, унаслідок чого багато держав допомагають, направляють, регулюють і контролюють підприємництво для досягнення технологічної переваги. Таким чином, зростання конкуренції на світовому ринку, глобалізація бізнесу і підвищення значимості інновації підсилюють, у свою чергу, необхідність розвитку відносин співробітництва між державою і підприємництвом.

Державне регулювання підприємництва – це вплив держави на діяльність суб'єктів підприємницької діяльності з метою забезпечення правових, економічних та організаційних умов становлення і розвитку підприємства,

Без державного регулювання підприємництво ніколи не зможе зробити виробництво економічно безпечним, гарантувати реалізацію соціально-економічних прав людини, вирівняти структурні та регіональні диспропорції тощо.

Державне регулювання підприємництва має свої функції, інструменти (методи) та відповідні органи.

Основні функції державного регулювання підприємництва такі:

- 1) підтримка пропорційності виробництва та споживання, антициклічне регулювання;
- 2) підтримка та розвиток конкуренції, антимонопольні заходи;
- 3) перерозподіл доходів та соціальний захист підприємців і споживачів.

До **інструментів** (методів) державного регулювання підприємства, належать [51]:

- фіскальні (податково-бюджетна система);
- монетарні (кредитно-грошове регулювання);
- цінове регулювання;
- зовнішньоекономічне регулювання (митні збори, ліцензії, квоти).

Органами державного регулювання підприємництва є центральні, а також місцеві органи виконавчої влади та органів самоврядування, які реалізують державну політику щодо регулювання, підтримки та розвитку підприємництва. Зокрема, функції координатора макроекономічної політики держави в Україні виконує Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. На міністерство також покладені функції з реалізації державної регуляторної політики, державної політики з питань ро-

звітку підприємства, політики ліцензування та надання державних дозволів, цінове регулювання, серед обов'язків міністерства – забезпечення діяльності Координаційної ради з питань розвитку малого та середнього підприємства. Державна реєстраційна служба України виконує функції з реалізації державної політики у сфері реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Функції контролю за дотриманням антимонопольного законодавства, захисту суб'єктів підприємства та споживачів виконує Антимонопольний комітет України.

Основним центральним органом влади стосовно здійснення державного регулювання і підтримки підприємництва та ліцензування підприємницької діяльності є Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства, діяльність якої спрямовується і координується Міністерством економічного розвитку і торгівлі.

Державне регулювання діяльності суб'єктів підприємства має бути продуманим і збалансованим, тобто таким, що надає можливість суб'єктам підприємства ефективно розвиватися і при цьому забезпечує необхідні соціальні потреби й інтереси.

За засобами впливу на підприємство можуть застосовуватись як **прямі адміністративні** методи впливу (закони, укази, накази, постанови, інструкції, положення тощо), так і система **непрямих економічних** методів та регуляторів (податки, ціни, банківські проценти, кредити, пільги, санкції та ін.).

Держава для реалізації економічної політики, виконання цільових економічних та інших програм і програм економічного і соціального розвитку застосовує різноманітні засоби і механізми регулювання підприємницької діяльності. Основними **засобами регулюючого впливу** держави на діяльність суб'єктів господарювання в Україні є:

- державне замовлення;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація та стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін і тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Державне замовлення є засобом державного регулювання економіки шляхом формування на договірній (контрактній) основі складу та обсягів продукції (робіт, послуг), необхідної для пріоритетних державних потреб, розміщення державних контрактів на поставку (закупівлю) цієї продукції (виконання робіт, надання послуг) серед суб'єктів господарювання, незалежно від їх форми власності.

Держава може надавати дотації суб'єктам господарювання: на підтримку виробництва життєво важливих продуктів харчування, на виробництво життєво важливих лікарських препаратів та засобів реабілітації

звітку підприємства, політики ліцензування та надання державних дозволів, цінове регулювання, серед обов'язків міністерства – забезпечення діяльності Координаційної ради з питань розвитку малого та середнього підприємства. Державна реєстраційна служба України виконує функції з реалізації державної політики у сфері реєстрації юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Функції контролю за дотриманням антимонопольного законодавства, захисту суб'єктів підприємства та споживачів виконує Антимонопольний комітет України.

Основним центральним органом влади стосовно здійснення державного регулювання і підтримки підприємництва та ліцензування підприємницької діяльності є Державна служба України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства, діяльність якої спрямовується і координується Міністерством економічного розвитку і торгівлі.

Державне регулювання діяльності суб'єктів підприємства має бути продуманим і збалансованим, тобто таким, що надає можливість суб'єктам підприємства ефективно розвиватися і при цьому забезпечує необхідні соціальні потреби й інтереси.

За засобами впливу на підприємство можуть застосовуватись як **прямі адміністративні** методи впливу (закони, укази, накази, постанови, інструкції, положення тощо), так і система **непрямих економічних** методів та регуляторів (податки, ціни, банківські проценти, кредити, пільги, санкції та ін.).

Держава для реалізації економічної політики, виконання цільових економічних та інших програм і програм економічного і соціального розвитку застосовує різноманітні засоби і механізми регулювання підприємницької діяльності. Основними **засобами регулюючого впливу** держави на діяльність суб'єктів господарювання в Україні є:

- державне замовлення;
- ліцензування, патентування і квотування;
- сертифікація та стандартизація;
- застосування нормативів та лімітів;
- регулювання цін і тарифів;
- надання інвестиційних, податкових та інших пільг;
- надання дотацій, компенсацій, цільових інновацій та субсидій.

Державне замовлення є засобом державного регулювання економіки шляхом формування на договірній (контрактній) основі складу та обсягів продукції (робіт, послуг), необхідної для пріоритетних державних потреб, розміщення державних контрактів на поставку (закупівлю) цієї продукції (виконання робіт, надання послуг) серед суб'єктів господарювання, незалежно від їх форми власності.

Держава може надавати дотації суб'єктам господарювання: на підтримку виробництва життєво важливих продуктів харчування, на виробництво життєво важливих лікарських препаратів та засобів реабілітації

інвалідів, на імпорتنі закупівлі окремих товарів, послуги транспорту, що забезпечують соціально важливі перевезення, а також суб'єктам господарювання, що опинилися у критичній соціально-економічній або екологічній ситуації, з метою фінансування капітальних вкладень на рівні, необхідному для підтримання їх діяльності, на цілі технічного розвитку, що дають значний економічний ефект, а також в інших випадках, передбачених законом. Держава може здійснювати компенсації або доплати сільськогосподарським товаровиробникам за сільськогосподарську продукцію, що реалізується ними державі.

Держава здійснює **контроль і нагляд** за господарською діяльністю суб'єктів господарювання у таких сферах:

- збереження та витрачання коштів і матеріальних цінностей суб'єктами господарських відносин – за станом і достовірністю бухгалтерського обліку та звітності;
- фінансових, кредитних відносин, валютного регулювання та податкових відносин – за додержанням суб'єктами господарювання кредитних зобов'язань перед державою і розрахункової дисципліни, додержанням вимог валютного законодавства, податкової дисципліни;
- цін і ціноутворення – з питань додержання суб'єктами господарювання державних цін на продукцію і послуги;
- монополізму та конкуренції – з питань додержання антимонопольно-конкурентного законодавства;
- земельних відносин – за використанням і охороною земель; водних відносин і лісового господарства – за використанням та охороною вод і лісів, відтворенням водних ресурсів і лісів;
- виробництва і праці – за безпекою виробництва і праці, додержанням законодавства про працю; за пожежною, екологічною, санітарно-гігієнічною безпекою; за дотриманням стандартів, норм і правил, якими встановлено обов'язкові вимоги щодо умов здійснення господарської діяльності;
- споживання – за якістю і безпечністю продукції та послуг;
- зовнішньоекономічної діяльності – з питань технологічної, економічної, екологічної та соціальної безпеки.

Незаконне втручання та перешкоджання господарській діяльності суб'єктів господарювання з боку органів державної влади, їх посадових осіб при здійсненні ними державного контролю та нагляду забороняються. Суб'єкт господарювання має право на одержання інформації про результати інспектування і перевірок його діяльності не пізніше як через тридцять днів після їх закінчення, якщо інше не передбачено законом. Дії та рішення державних органів контролю та нагляду, а також їх посадових осіб, які проводили інспектування і перевірку, можуть бути оскаржені суб'єктом господарювання у встановленому законодавством порядку. Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання подання

інвалідів, на імпорتنі закупівлі окремих товарів, послуги транспорту, що забезпечують соціально важливі перевезення, а також суб'єктам господарювання, що опинилися у критичній соціально-економічній або екологічній ситуації, з метою фінансування капітальних вкладень на рівні, необхідному для підтримання їх діяльності, на цілі технічного розвитку, що дають значний економічний ефект, а також в інших випадках, передбачених законом. Держава може здійснювати компенсації або доплати сільськогосподарським товаровиробникам за сільськогосподарську продукцію, що реалізується ними державі.

Держава здійснює **контроль і нагляд** за господарською діяльністю суб'єктів господарювання у таких сферах:

- збереження та витрачання коштів і матеріальних цінностей суб'єктами господарських відносин – за станом і достовірністю бухгалтерського обліку та звітності;
- фінансових, кредитних відносин, валютного регулювання та податкових відносин – за додержанням суб'єктами господарювання кредитних зобов'язань перед державою і розрахункової дисципліни, додержанням вимог валютного законодавства, податкової дисципліни;
- цін і ціноутворення – з питань додержання суб'єктами господарювання державних цін на продукцію і послуги;
- монополізму та конкуренції – з питань додержання антимонопольно-конкурентного законодавства;
- земельних відносин – за використанням і охороною земель; водних відносин і лісового господарства – за використанням та охороною вод і лісів, відтворенням водних ресурсів і лісів;
- виробництва і праці – за безпекою виробництва і праці, додержанням законодавства про працю; за пожежною, екологічною, санітарно-гігієнічною безпекою; за дотриманням стандартів, норм і правил, якими встановлено обов'язкові вимоги щодо умов здійснення господарської діяльності;
- споживання – за якістю і безпечністю продукції та послуг;
- зовнішньоекономічної діяльності – з питань технологічної, економічної, екологічної та соціальної безпеки.

Незаконне втручання та перешкоджання господарській діяльності суб'єктів господарювання з боку органів державної влади, їх посадових осіб при здійсненні ними державного контролю та нагляду забороняються. Суб'єкт господарювання має право на одержання інформації про результати інспектування і перевірок його діяльності не пізніше як через тридцять днів після їх закінчення, якщо інше не передбачено законом. Дії та рішення державних органів контролю та нагляду, а також їх посадових осіб, які проводили інспектування і перевірку, можуть бути оскаржені суб'єктом господарювання у встановленому законодавством порядку. Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання подання

статистичної інформації та інших даних, не передбачених законом або з порушенням порядку, встановленого законом.

В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва, зокрема малого бізнесу, має стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання. Усвідомлюючи новаторську роль підприємництва, держава надає йому всебічної підтримки.

Державна політика підтримки підприємництва – це сукупність пріоритетних народногосподарських підходів і рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку підприємництва з урахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання, створення стимулів, використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно.

Основними **цілями** державної політики підтримки підприємництва є:

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

Державна підтримка підприємництва в Україні спрямована на створення сприятливих організаційних та економічних умов для його розвитку та **передбачає**:

- надання підприємцям земельних ділянок;
- передання державного майна, необхідного для здійснення підприємницької діяльності;
- сприяння підприємцям в організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування, підготовці кадрів;
- здійснення первісного облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої та соціальної інфраструктури з продажем або передачею їх підприємцям у визначеному законом порядку;
- стимулювання модернізації технології, інноваційної діяльності, освоєння нових видів продукції і послуг та інші види допомоги.

У січні 2012 р. був прийнятий закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», згідно з яким державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва **включає** фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, в тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять

статистичної інформації та інших даних, не передбачених законом або з порушенням порядку, встановленого законом.

В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва, зокрема малого бізнесу, має стати одним із найважливіших чинників соціально-економічного зростання. Усвідомлюючи новаторську роль підприємництва, держава надає йому всебічної підтримки.

Державна політика підтримки підприємництва – це сукупність пріоритетних народногосподарських підходів і рішень, які визначають основні напрями і форми правового, економічного та організаційного сприяння розвитку підприємництва з урахуванням інтересів держави та суб'єктів господарювання, створення стимулів, використання матеріальних і фінансових ресурсів, які залучаються у сферу підприємництва на пільгових засадах або безоплатно.

Основними **цілями** державної політики підтримки підприємництва є:

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

Державна підтримка підприємництва в Україні спрямована на створення сприятливих організаційних та економічних умов для його розвитку та **передбачає**:

- надання підприємцям земельних ділянок;
- передання державного майна, необхідного для здійснення підприємницької діяльності;
- сприяння підприємцям в організації матеріально-технічного забезпечення та інформаційного обслуговування, підготовці кадрів;
- здійснення первісного облаштування неосвоєних територій об'єктами виробничої та соціальної інфраструктури з продажем або передачею їх підприємцям у визначеному законом порядку;
- стимулювання модернізації технології, інноваційної діяльності, освоєння нових видів продукції і послуг та інші види допомоги.

У січні 2012 р. був прийнятий закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», згідно з яким державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва **включає** фінансову, інформаційну, консультаційну підтримку, в тому числі підтримку у сфері інновацій, науки і промислового виробництва, підтримку суб'єктів малого і середнього підприємництва, що провадять

експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів. Основними видами фінансової державної підтримки є:

- часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- часткова компенсація лізингових, факторингових платежів та платежів за користування гарантіями;
- надання гарантії та поруки за кредитами;
- надання кредитів, у тому числі мікрокредитів, для започаткування і ведення власної справи;
- надання позик на придбання і впровадження нових технологій;
- компенсація видатків на розвиток кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами;
- фінансова підтримка впровадження енергозберігаючих та екологічно чистих технологій та ін.

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

- сприяння просуванню на ринки іноземних держав продукції вітчизняного виробництва (товарів, робіт і послуг), об'єктів інтелектуальної власності, а також створення сприятливих умов для українських учасників експортної діяльності;
- співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку підприємництва;
- утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що сприяють експортній діяльності, зокрема шляхом надання фінансової підтримки (кредитування, гарантування, страхування експортних операцій, відшкодування частки відсоткових ставок за кредитами для провадження експортної діяльності, часткове покриття витрат, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, вивченням кон'юнктури зовнішнього ринку, пошуком партнерів, просуванням товарів на нові ринки, відрядженням спеціалістів для вивчення ринків іноземних держав, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва з питань експортної діяльності);
- сприяння участі суб'єктів підприємництва у виставках, ярмарках за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва, у тому числі шляхом надання в оренду виставкових площ, покриття витрат пов'язаних з участю в таких виставках, ярмарках;
- сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва передбачає формування програм, в яких визначається механізм цієї під-

експортну діяльність, підтримку у сфері підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації кадрів. Основними видами фінансової державної підтримки є:

- часткова компенсація відсоткових ставок за кредитами, що надаються на реалізацію проектів суб'єктів малого і середнього підприємництва;
- часткова компенсація лізингових, факторингових платежів та платежів за користування гарантіями;
- надання гарантії та поруки за кредитами;
- надання кредитів, у тому числі мікрокредитів, для започаткування і ведення власної справи;
- надання позик на придбання і впровадження нових технологій;
- компенсація видатків на розвиток кооперації між суб'єктами малого і середнього підприємництва та великими підприємствами;
- фінансова підтримка впровадження енергозберігаючих та екологічно чистих технологій та ін.

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

- сприяння просуванню на ринки іноземних держав продукції вітчизняного виробництва (товарів, робіт і послуг), об'єктів інтелектуальної власності, а також створення сприятливих умов для українських учасників експортної діяльності;
- співпраці з міжнародними організаціями та іноземними державами у сфері розвитку підприємництва;
- утворення об'єктів інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва, що сприяють експортній діяльності, зокрема шляхом надання фінансової підтримки (кредитування, гарантування, страхування експортних операцій, відшкодування частки відсоткових ставок за кредитами для провадження експортної діяльності, часткове покриття витрат, пов'язаних із здійсненням маркетингових заходів на зовнішньому ринку, вивченням кон'юнктури зовнішнього ринку, пошуком партнерів, просуванням товарів на нові ринки, відрядженням спеціалістів для вивчення ринків іноземних держав, перепідготовкою та підвищенням кваліфікації персоналу суб'єктів малого і середнього підприємництва з питань експортної діяльності);
- сприяння участі суб'єктів підприємництва у виставках, ярмарках за кордоном для представлення продукції вітчизняного виробництва, у тому числі шляхом надання в оренду виставкових площ, покриття витрат пов'язаних з участю в таких виставках, ярмарках;
- сприяння поширенню за кордоном інформації про потенційні можливості вітчизняного підприємництва та забезпеченню доступу до іноземних інформаційних мереж для пошуку ділових партнерів.

Державна підтримка суб'єктів малого і середнього підприємництва передбачає формування програм, в яких визначається механізм цієї під-

тримки. Програми державної підтримки розробляються та впроваджуються спеціально уповноваженим органом у сфері розвитку малого та середнього підприємництва. За сприянням державних органів забезпечуються пільгові умови підприємцям, які впроваджують прогресивні технології, створюють нові робочі місця, використовують працю громадян, що потребують соціального захисту. Особлива увага приділяється сприянню розвитку малого підприємництва. Закон містить положення про обмеження щодо надання державної підтримки, по окремих видах діяльності, за наявністю заборгованості перед бюджетом та ін.

Засобом державної підтримки та регулювання підприємницької діяльності на територіальному рівні є створення вільних економічних зон.

Спеціальною (вільною) економічною зоною (СЕЗ) вважається частина території України, на якій встановлено спеціальний правовий режим господарської діяльності, особливий порядок застосування та дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони можуть запроваджуватися пільгові митні, податкові, валютно-фінансові та інші умови підприємництва вітчизняних та іноземних інвесторів. Спеціальні (вільні) економічні зони створюються з метою залучення інвестицій та ефективного їх використання, активізації спільно з іноземними інвесторами підприємницької діяльності з метою збільшення експорту товарів, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції і послуг, впровадження нових технологій, розвитку інфраструктури ринку, поліпшення використання природних, матеріальних і трудових ресурсів, прискорення соціально-економічного розвитку України. На території України можуть створюватися СЕЗ різних функціональних типів: вільні митні зони і порти; експортні, транзитні зони; митні склади; технологічні парки; технополіси; комплексні виробничі, туристично-рекреаційні, страхові, банківські зони тощо. Окремі економічні зони можуть поєднувати в собі функції, властиві різним типам спеціальних (вільних) економічних зон.

1.6 Захист прав підприємців та споживачів

Держава забезпечує захист прав і законних інтересів суб'єктів господарювання та споживачів. Права та законні інтереси зазначених суб'єктів захищаються шляхом:

- визнання наявності або відсутності прав;
- визнання недійсними актів органів державної влади, що ущемляють права та законні інтереси суб'єкта господарювання або споживачів;
- визнання недійсними господарських угод;
- відновлення становища, яке існувало до порушення прав та законних інтересів суб'єктів господарювання;

тримки. Програми державної підтримки розробляються та впроваджуються спеціально уповноваженим органом у сфері розвитку малого та середнього підприємництва. За сприянням державних органів забезпечуються пільгові умови підприємцям, які впроваджують прогресивні технології, створюють нові робочі місця, використовують працю громадян, що потребують соціального захисту. Особлива увага приділяється сприянню розвитку малого підприємництва. Закон містить положення про обмеження щодо надання державної підтримки, по окремих видах діяльності, за наявністю заборгованості перед бюджетом та ін.

Засобом державної підтримки та регулювання підприємницької діяльності на територіальному рівні є створення вільних економічних зон.

Спеціальною (вільною) економічною зоною (СЕЗ) вважається частина території України, на якій встановлено спеціальний правовий режим господарської діяльності, особливий порядок застосування та дії законодавства України. На території спеціальної (вільної) економічної зони можуть запроваджуватися пільгові митні, податкові, валютно-фінансові та інші умови підприємництва вітчизняних та іноземних інвесторів. Спеціальні (вільні) економічні зони створюються з метою залучення інвестицій та ефективного їх використання, активізації спільно з іноземними інвесторами підприємницької діяльності з метою збільшення експорту товарів, поставок на внутрішній ринок високоякісної продукції і послуг, впровадження нових технологій, розвитку інфраструктури ринку, поліпшення використання природних, матеріальних і трудових ресурсів, прискорення соціально-економічного розвитку України. На території України можуть створюватися СЕЗ різних функціональних типів: вільні митні зони і порти; експортні, транзитні зони; митні склади; технологічні парки; технополіси; комплексні виробничі, туристично-рекреаційні, страхові, банківські зони тощо. Окремі економічні зони можуть поєднувати в собі функції, властиві різним типам спеціальних (вільних) економічних зон.

1.6 Захист прав підприємців та споживачів

Держава забезпечує захист прав і законних інтересів суб'єктів господарювання та споживачів. Права та законні інтереси зазначених суб'єктів захищаються шляхом:

- визнання наявності або відсутності прав;
- визнання недійсними актів органів державної влади, що ущемляють права та законні інтереси суб'єкта господарювання або споживачів;
- визнання недійсними господарських угод;
- відновлення становища, яке існувало до порушення прав та законних інтересів суб'єктів господарювання;

- припинення дій, що порушують право або створюють загрозу його порушення;
- присудження до виконання обов'язку в натурі;
- відшкодування збитків;
- застосування штрафних, адміністративних та інших санкцій;
- іншими способами, передбаченими законом.

Господарським кодексом визначені **загальні гарантії прав підприємців**:

1. Держава гарантує усім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права та рівні можливості для залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів.

2. Забезпечення підприємця матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється з метою виконання підприємцем поставок, робіт чи послуг для пріоритетних державних потреб.

3. Держава гарантує недоторканність майна і забезпечує захист майнових прав підприємця. Вилучення державою або органами місцевого самоврядування у підприємця основних і оборотних фондів, іншого майна допускається лише в умовах воєнного чи надзвичайного стану або за рішенням суду.

4. Збитки, завдані підприємцю внаслідок порушення громадянами чи юридичними особами, органами державної влади чи органами місцевого самоврядування його майнових прав, відшкодовуються підприємцю.

5. Підприємець або громадянин, який працює у підприємця по найму, у передбачених законом випадках може бути залучений до виконання в робочий час державних або громадських обов'язків, з відшкодуванням підприємцю відповідних збитків.

Право власника захищається такими документами, як свідоцтво про власність, договір купівлі-продажу, орендний (лізинговий) договір. При порушенні договору одна зі сторін має право звернутись до суду з позовом про компенсацію.

Право інтелектуальної власності захищається такими документами:

- патенти на винаходи;
- авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо);
- ліцензійна угода – це договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі тощо (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти та інші нематеріальні активи;
- свідоцтва на товарні знаки, торгові марки, найменування місця походження товару, фірмове найменування тощо.

- припинення дій, що порушують право або створюють загрозу його порушення;
- присудження до виконання обов'язку в натурі;
- відшкодування збитків;
- застосування штрафних, адміністративних та інших санкцій;
- іншими способами, передбаченими законом.

Господарським кодексом визначені **загальні гарантії прав підприємців**:

1. Держава гарантує усім підприємцям, незалежно від обраних ними організаційних форм підприємницької діяльності, рівні права та рівні можливості для залучення і використання матеріально-технічних, фінансових, трудових, інформаційних, природних та інших ресурсів.

2. Забезпечення підприємця матеріально-технічними та іншими ресурсами, що централізовано розподіляються державою, здійснюється з метою виконання підприємцем поставок, робіт чи послуг для пріоритетних державних потреб.

3. Держава гарантує недоторканність майна і забезпечує захист майнових прав підприємця. Вилучення державою або органами місцевого самоврядування у підприємця основних і оборотних фондів, іншого майна допускається лише в умовах воєнного чи надзвичайного стану або за рішенням суду.

4. Збитки, завдані підприємцю внаслідок порушення громадянами чи юридичними особами, органами державної влади чи органами місцевого самоврядування його майнових прав, відшкодовуються підприємцю.

5. Підприємець або громадянин, який працює у підприємця по найму, у передбачених законом випадках може бути залучений до виконання в робочий час державних або громадських обов'язків, з відшкодуванням підприємцю відповідних збитків.

Право власника захищається такими документами, як свідоцтво про власність, договір купівлі-продажу, орендний (лізинговий) договір. При порушенні договору одна зі сторін має право звернутись до суду з позовом про компенсацію.

Право інтелектуальної власності захищається такими документами:

- патенти на винаходи;
- авторські та суміжні з ними права (право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних тощо);
- ліцензійна угода – це договір, згідно з яким власник винаходу, промислового зразка, корисної моделі тощо (ліцензіар) передає іншій стороні (ліцензіату) ліцензію на використання в певних межах своїх прав на патенти та інші нематеріальні активи;
- свідоцтва на товарні знаки, торгові марки, найменування місця походження товару, фірмове найменування тощо.

Держава здійснює **антимонопольно-конкурентну** політику та сприяє розвиткові змагальності у сфері господарювання. Законами визначені правила конкуренції та норми антимонопольного регулювання. Державний контроль за дотриманням антимонопольно-конкурентного законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснюються Антимонопольним комітетом України

З метою запобігання монопольному становищу окремих суб'єктів господарювання на ринку створення, реорганізація та ліквідація суб'єктів господарювання, придбання їх активів, часток (акцій, паїв) господарських товариств, а також утворення об'єднань підприємств або перетворення органів влади в зазначені об'єднання у випадках, передбачених законодавством, здійснюються за умови одержання згоди на це Антимонопольного комітету України. У разі якщо суб'єкти господарювання зловживають монопольним становищем на ринку, Антимонопольний комітет України має право прийняти рішення про примусовий поділ монопольних утворень.

Відповідно до Господарського Кодексу не допускається **дискримінація** суб'єктів господарювання органами влади (заборона створення нових підприємств, примушування до пріоритетного укладання договорів, встановлення заборон чи обмежень стосовно окремих суб'єктів господарювання та ін.), а також недобросовісна конкуренція.

Недобросовісною конкуренцією є неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання, створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції, неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, а також інші дії. Недобросовісна конкуренція тягне за собою юридичну відповідальність осіб.

Неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання визнаються: неправомірне використання чужих позначень (комерційного найменування, торговельної марки), рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника; порівняльна реклама.

Перешкодами у процесі конкуренції вважаються: дискредитація суб'єкта господарювання, нав'язування споживачам примусового асортименту товарів (робіт, послуг), схиляння до бойкоту суб'єкта господарювання або дискримінації покупця (замовника), або до розірвання договору з конкурентом, підкуп працівника постачальника або покупця (замовника).

Дискредитацією суб'єкта господарювання є поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю суб'єкта господарювання, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації суб'єкта господарювання.

Держава здійснює **антимонопольно-конкурентну** політику та сприяє розвиткові змагальності у сфері господарювання. Законами визначені правила конкуренції та норми антимонопольного регулювання. Державний контроль за дотриманням антимонопольно-конкурентного законодавства, захист інтересів підприємців та споживачів від його порушень здійснюються Антимонопольним комітетом України

З метою запобігання монопольному становищу окремих суб'єктів господарювання на ринку створення, реорганізація та ліквідація суб'єктів господарювання, придбання їх активів, часток (акцій, паїв) господарських товариств, а також утворення об'єднань підприємств або перетворення органів влади в зазначені об'єднання у випадках, передбачених законодавством, здійснюються за умови одержання згоди на це Антимонопольного комітету України. У разі якщо суб'єкти господарювання зловживають монопольним становищем на ринку, Антимонопольний комітет України має право прийняти рішення про примусовий поділ монопольних утворень.

Відповідно до Господарського Кодексу не допускається **дискримінація** суб'єктів господарювання органами влади (заборона створення нових підприємств, примушування до пріоритетного укладання договорів, встановлення заборон чи обмежень стосовно окремих суб'єктів господарювання та ін.), а також недобросовісна конкуренція.

Недобросовісною конкуренцією є неправомірне використання ділової репутації суб'єкта господарювання, створення перешкод суб'єктам господарювання у процесі конкуренції та досягнення неправомірних переваг у конкуренції, неправомірне збирання, розголошення та використання комерційної таємниці, а також інші дії. Недобросовісна конкуренція тягне за собою юридичну відповідальність осіб.

Неправомірним використанням ділової репутації суб'єкта господарювання визнаються: неправомірне використання чужих позначень (комерційного найменування, торговельної марки), рекламних матеріалів, упаковки; неправомірне використання товару іншого виробника; копіювання зовнішнього вигляду виробу іншого виробника; порівняльна реклама.

Перешкодами у процесі конкуренції вважаються: дискредитація суб'єкта господарювання, нав'язування споживачам примусового асортименту товарів (робіт, послуг), схиляння до бойкоту суб'єкта господарювання або дискримінації покупця (замовника), або до розірвання договору з конкурентом, підкуп працівника постачальника або покупця (замовника).

Дискредитацією суб'єкта господарювання є поширення у будь-якій формі неправдивих, неточних або неповних відомостей, пов'язаних з особою чи діяльністю суб'єкта господарювання, які завдали або могли завдати шкоди діловій репутації суб'єкта господарювання.

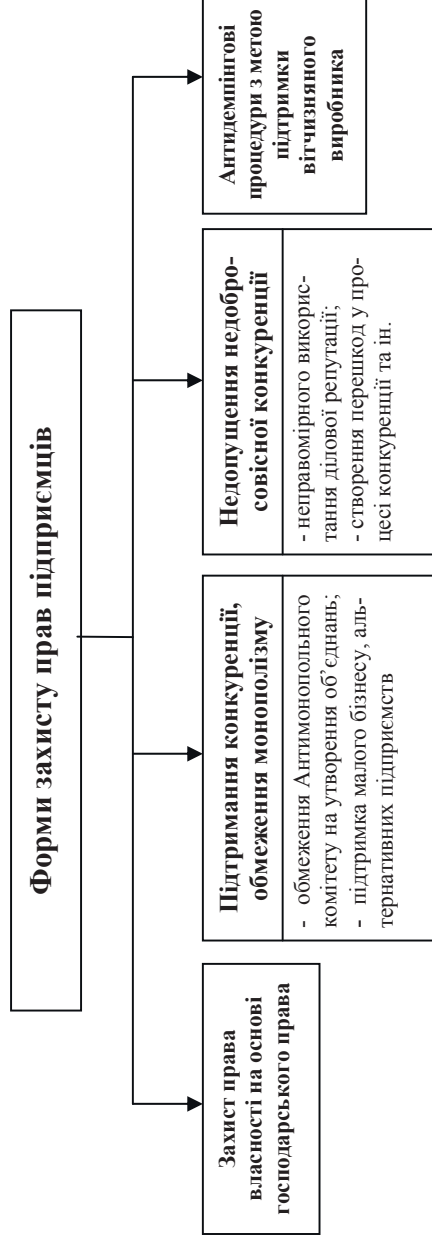


Рисунок 1.1 – Форми захисту прав підприємців

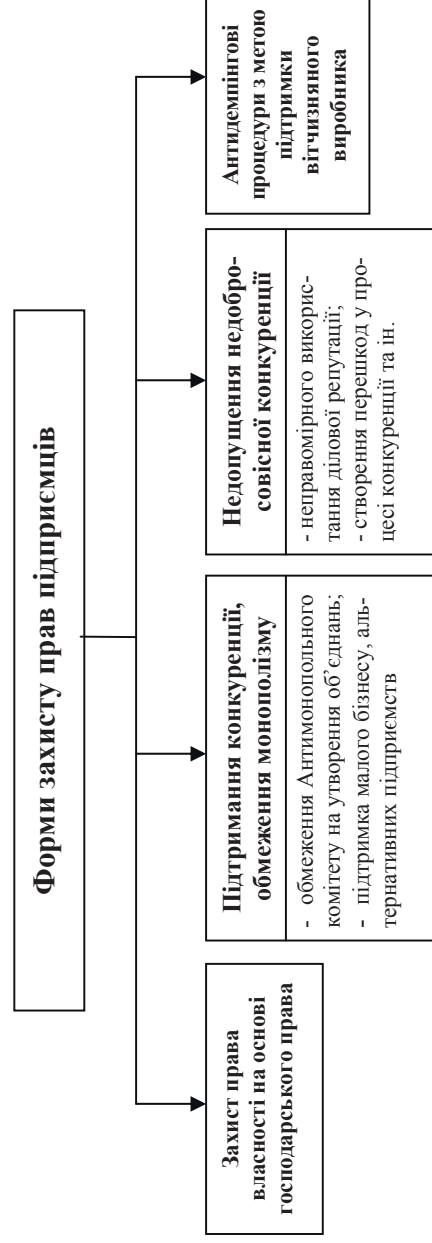


Рисунок 1.1 – Форми захисту прав підприємців

За неправомірне збирання, розголошення або використання відомостей, що є комерційною таємницею, винні особи несуть відповідальність, встановлену законом.

У разі здійснення окремими учасниками господарських відносин зовнішньоекономічної діяльності, пов'язаної з одержанням незаконної переваги на ринку України (здійснення демпінгового імпорту, субсидованого імпорту, а також інших дій, які визначаються законом як недобросовісна конкуренція), що завдало шкоди економіці України або спричинило загрозу виникнення такої шкоди, до цих учасників відносин можуть бути застосовані антидемпінгові, компенсаційні або спеціальні заходи.

Згідно із законом України «Про захист прав споживачів», **споживач** – фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

Зниження купівельної спроможності штовхає переважну частину зuboжілого населення до придбання низькоякісних, а почасти підроблених товарів, які пропонуються за низькими цінами. Тому держава повинна відігравати домінуючу роль у формуванні та проведенні ефективної політики захисту споживача.

Споживач, озброєний знаннями своїх прав і обов'язків, умінням їх застосовувати, спроможеться відстояти свої інтереси і становитиме небезпеку для несумлінного продавця або виконавця. Він не тільки зможе відшкодувати заподіяний матеріальний збиток, а і за некоректної щодо нього поведінки ще й змусить компенсувати нанесену йому моральну шкоду.

Рух споживачів на захист своїх прав та інтересів (конс'юмеризм) народився в 30-х роках ХХ століття у США. Вперше у світі на урядовому рівні думку про захист прав споживачів висловив Президент США Дж. Кеннеді в 1961 році. У США 15 березня 1962 року були проголошені права споживачів. Від того часу 15 березня щорічно відзначають як Всесвітній день прав споживачів. На міжнародному рівні захист прав споживачів призвів до створення в 1960 році Міжнародної організації споживчих спілок (Consumer International). Завданням цієї організації є формування споживацької свідомості. Сьогодні до неї входить понад 200 національних державних, громадських, регіональних та інших організацій країн світу. У 1973 XXV сесія Консультативної Асамблеї Ради Європи затвердила «Хартію захисту споживачів», а 1985 Генеральна Асамблея ООН затвердила «Керівні принципи захисту інтересів і прав споживачів», які повинні використовуватися урядами країн світу при реалізації політики захисту інтересів споживачів, та закріпила **права споживачів**:

– на безпеку товару – право бути захищеним від продуктів та послуг, небезпечних для здоров'я;

За неправомірне збирання, розголошення або використання відомостей, що є комерційною таємницею, винні особи несуть відповідальність, встановлену законом.

У разі здійснення окремими учасниками господарських відносин зовнішньоекономічної діяльності, пов'язаної з одержанням незаконної переваги на ринку України (здійснення демпінгового імпорту, субсидованого імпорту, а також інших дій, які визначаються законом як недобросовісна конкуренція), що завдало шкоди економіці України або спричинило загрозу виникнення такої шкоди, до цих учасників відносин можуть бути застосовані антидемпінгові, компенсаційні або спеціальні заходи.

Згідно із законом України «Про захист прав споживачів», **споживач** – фізична особа, яка придбаває, замовляє, використовує або має намір придбати чи замовити продукцію для особистих потреб, безпосередньо не пов'язаних з підприємницькою діяльністю або виконанням обов'язків найманого працівника.

Зниження купівельної спроможності штовхає переважну частину зuboжілого населення до придбання низькоякісних, а почасти підроблених товарів, які пропонуються за низькими цінами. Тому держава повинна відігравати домінуючу роль у формуванні та проведенні ефективної політики захисту споживача.

Споживач, озброєний знаннями своїх прав і обов'язків, умінням їх застосовувати, спроможеться відстояти свої інтереси і становитиме небезпеку для несумлінного продавця або виконавця. Він не тільки зможе відшкодувати заподіяний матеріальний збиток, а і за некоректної щодо нього поведінки ще й змусить компенсувати нанесену йому моральну шкоду.

Рух споживачів на захист своїх прав та інтересів (конс'юмеризм) народився в 30-х роках ХХ століття у США. Вперше у світі на урядовому рівні думку про захист прав споживачів висловив Президент США Дж. Кеннеді в 1961 році. У США 15 березня 1962 року були проголошені права споживачів. Від того часу 15 березня щорічно відзначають як Всесвітній день прав споживачів. На міжнародному рівні захист прав споживачів призвів до створення в 1960 році Міжнародної організації споживчих спілок (Consumer International). Завданням цієї організації є формування споживацької свідомості. Сьогодні до неї входить понад 200 національних державних, громадських, регіональних та інших організацій країн світу. У 1973 XXV сесія Консультативної Асамблеї Ради Європи затвердила «Хартію захисту споживачів», а 1985 Генеральна Асамблея ООН затвердила «Керівні принципи захисту інтересів і прав споживачів», які повинні використовуватися урядами країн світу при реалізації політики захисту інтересів споживачів, та закріпила **права споживачів**:

– на безпеку товару – право бути захищеним від продуктів та послуг, небезпечних для здоров'я;

– на інформацію – право отримувати відомості, необхідні для того, щоб зробити обґрунтований вибір та прийняти потрібне рішення. Споживачі мають бути захищені від недобросовісної, недостовірної або неповної реклами;

– на вибір товару, тобто доступ до різноманітних товарів та послуг, що реалізуються за конкурентними цінами, а за монопольної торгівлі – справедливую ціну та гарантію задовільної якості;

– на висловлення своїх інтересів – означає право споживача відстоювати свої інтереси та спонукати державні органи брати до уваги інтереси споживачів. Це право передбачає представництво у державних органах, участь у розробці продукції та послуг;

– на задоволення основних потреб (харчування, одяг, житло, санітарні умови, охорону здоров'я, освіту);

– на відшкодування – це право отримувати компенсацію у випадку придбання неякісних товарів (послуг);

– на споживацьку просвіту – це право набувати знань та навичок для підвищення компетентності у захисті своїх прав;

– право на здорове навколишнє середовище.

Сьогодно в багатьох країнах світу інтереси споживачів представляють чимало державних і недержавних організацій.

Підписала затверджені ООН принципи й Україна. Процес становлення та формування системи захисту прав громадянина ґрунтується на статті 42 Конституції України, згідно з якою «держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та всіх видів послуг і робіт». Практичне втілення це знайшло в тому, що Україна прийняла Закон «Про захист прав споживачів» (1991).

На міжнародному рівні рух споживачів представлений двома незалежними некомерційними, неполітичними організаціями споживачів: Всесвітньою організацією споживачів (CI) і Європейським бюро союзів споживачів (BEUC). Україна вживає заходи щодо набуття в них членства.

Захист прав споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади – Управління у справах захисту прав споживачів у складі Державної служби технічного регулювання України, а також Антимонопольний комітет України, Державна архітектурно-будівельна інспекція України.

Представники Управління у справах захисту прав споживачів мають право:

– перевіряти якість товарів (робіт, послуг), проводити контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами (перевірка проводиться, як правило, шляхом негласної контрольної закупки товару); забороняти реалізацію товарів (виконання робіт, надання послуг), на які немає документів, що засвідчують їх відповідність до вимог нормативних документів, товарів, що не відповідають вимогам нормативних документів;

– на інформацію – право отримувати відомості, необхідні для того, щоб зробити обґрунтований вибір та прийняти потрібне рішення. Споживачі мають бути захищені від недобросовісної, недостовірної або неповної реклами;

– на вибір товару, тобто доступ до різноманітних товарів та послуг, що реалізуються за конкурентними цінами, а за монопольної торгівлі – справедливую ціну та гарантію задовільної якості;

– на висловлення своїх інтересів – означає право споживача відстоювати свої інтереси та спонукати державні органи брати до уваги інтереси споживачів. Це право передбачає представництво у державних органах, участь у розробці продукції та послуг;

– на задоволення основних потреб (харчування, одяг, житло, санітарні умови, охорону здоров'я, освіту);

– на відшкодування – це право отримувати компенсацію у випадку придбання неякісних товарів (послуг);

– на споживацьку просвіту – це право набувати знань та навичок для підвищення компетентності у захисті своїх прав;

– право на здорове навколишнє середовище.

Сьогодно в багатьох країнах світу інтереси споживачів представляють чимало державних і недержавних організацій.

Підписала затверджені ООН принципи й Україна. Процес становлення та формування системи захисту прав громадянина ґрунтується на статті 42 Конституції України, згідно з якою «держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та всіх видів послуг і робіт». Практичне втілення це знайшло в тому, що Україна прийняла Закон «Про захист прав споживачів» (1991).

На міжнародному рівні рух споживачів представлений двома незалежними некомерційними, неполітичними організаціями споживачів: Всесвітньою організацією споживачів (CI) і Європейським бюро союзів споживачів (BEUC). Україна вживає заходи щодо набуття в них членства.

Захист прав споживачів здійснюють спеціально уповноважений центральний орган виконавчої влади – Управління у справах захисту прав споживачів у складі Державної служби технічного регулювання України, а також Антимонопольний комітет України, Державна архітектурно-будівельна інспекція України.

Представники Управління у справах захисту прав споживачів мають право:

– перевіряти якість товарів (робіт, послуг), проводити контрольні перевірки правильності розрахунків зі споживачами (перевірка проводиться, як правило, шляхом негласної контрольної закупки товару); забороняти реалізацію товарів (виконання робіт, надання послуг), на які немає документів, що засвідчують їх відповідність до вимог нормативних документів, товарів, що не відповідають вимогам нормативних документів;

– приймати рішення: про припинення продажу та виробництва товарів, про тимчасове призупинення діяльності підприємств торгівлі, громадського харчування, сфери послуг, складів підприємств оптової та роздрібною торгівлі, які систематично реалізують неякісні товари, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання і транспортування товарів, – до усунення виявлених недоліків;

- вилучати неякісні товари;
- подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів (виграють в судах понад 99 % позовів про захист прав споживачів);
- накладати стягнення (штрафи).

Номер телефону територіального управління у справах захисту прав споживачів вказують у «Куточку покупця», який має бути оформлено в кожному підприємстві торгівлі, громадського харчування і побутових послуг.

Світовий досвід показує, що у відносинах з економічно більш сильними виробниками товарів і послуг, а також торговельними підприємствами й організаціями недостатньо правових мір захисту лише окремого споживача, важливо охороняти їхні колективні інтереси. З метою захисту своїх прав та законних інтересів громадяни можуть об'єднуватися на добровільній основі у громадські організації споживачів (об'єднання споживачів). Ще до утворення державних структур у великих містах України почали створюватися недержавні громадські організації у галузі захисту споживачів. У 1989р. була зареєстрована громадська організація «Українська асоціація споживачів», у 2000 р. засновано «Союз споживачів України». У 2003 році зареєстрована громадська організація «Експерт», основною метою діяльності якої є виявлення на ринку неякісних, небезпечних для споживання продуктів харчування та інформування про це споживачів. Метою громадських організацій є реалізація положень та дотримання основних принципів, визначених у прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН у 1985 році «Керівних принципах для захисту інтересів споживачів», «Загальній Декларації прав людини», Конституції України та інших правових документах, що визнають права та інтереси споживачів невід'ємною складовою загально-визнаних прав людини.

Таким чином, захист прав споживачів можливий і шляхом звертання в громадські об'єднання по захисту прав споживачів. Об'єднання споживачів мають право:

- вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів та ціни на них;
- проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення експертизи та випробування продукції;

– приймати рішення: про припинення продажу та виробництва товарів, про тимчасове призупинення діяльності підприємств торгівлі, громадського харчування, сфери послуг, складів підприємств оптової та роздрібною торгівлі, які систематично реалізують неякісні товари, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання і транспортування товарів, – до усунення виявлених недоліків;

- вилучати неякісні товари;
- подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів (виграють в судах понад 99 % позовів про захист прав споживачів);
- накладати стягнення (штрафи).

Номер телефону територіального управління у справах захисту прав споживачів вказують у «Куточку покупця», який має бути оформлено в кожному підприємстві торгівлі, громадського харчування і побутових послуг.

Світовий досвід показує, що у відносинах з економічно більш сильними виробниками товарів і послуг, а також торговельними підприємствами й організаціями недостатньо правових мір захисту лише окремого споживача, важливо охороняти їхні колективні інтереси. З метою захисту своїх прав та законних інтересів громадяни можуть об'єднуватися на добровільній основі у громадські організації споживачів (об'єднання споживачів). Ще до утворення державних структур у великих містах України почали створюватися недержавні громадські організації у галузі захисту споживачів. У 1989р. була зареєстрована громадська організація «Українська асоціація споживачів», у 2000 р. засновано «Союз споживачів України». У 2003 році зареєстрована громадська організація «Експерт», основною метою діяльності якої є виявлення на ринку неякісних, небезпечних для споживання продуктів харчування та інформування про це споживачів. Метою громадських організацій є реалізація положень та дотримання основних принципів, визначених у прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН у 1985 році «Керівних принципах для захисту інтересів споживачів», «Загальній Декларації прав людини», Конституції України та інших правових документах, що визнають права та інтереси споживачів невід'ємною складовою загально-визнаних прав людини.

Таким чином, захист прав споживачів можливий і шляхом звертання в громадські об'єднання по захисту прав споживачів. Об'єднання споживачів мають право:

- вивчати споживчі властивості продукції, попит на неї, проводити опитування населення для виявлення громадської думки про якість товарів та ціни на них;
- проводити самостійно або звертатися до уповноважених державних органів щодо проведення експертизи та випробування продукції;

– сприяти відповідним державним органам у здійсненні контролю за якістю продукції та обслуговування. Самостійно проводити перевірки захисту прав споживачів громадські організації не можуть, але їх учасників може бути залучено до перевірок державних органів на громадських засадах;

- надавати юридичну і консультаційну допомогу споживачам;
- представляти і захищати інтереси споживачів в органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування;
- вносити органам виконавчої влади і суб'єктам господарювання пропозиції про тимчасове зупинення випуску та реалізації продукції, яка не відповідає встановленим вимогам щодо якості, про припинення виробництва, вилучення з реалізації продукції, що становлять небезпеку для життя, здоров'я та майна громадян або завдають шкоди навколишньому природному середовищу, фальсифіковану та дефектну продукцію, а також про коригування цін, встановлених з порушенням законодавства;
- звертатися з позовом до суду про визнання дій продавця, виробника протиправними, звертатися до правоохоронних органів;
- захищати у суді права споживачів;
- інформувати громадськість про права споживачів;
- сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав та інтересів споживачів.

Таким чином, в Україні, як і в будь-якій цивілізованій державі, сформована система захисту прав споживачів (рис. 1.2).

Права споживачів, механізм реалізації захисту цих прав та відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками (виконавцями, продавцями) регулюються Законом «Про захист прав споживачів» та іншими законодавчими актами.

Споживачі, які перебувають на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) з метою задоволення своїх потреб мають **право** на:

- державний захист своїх прав;
- гарантований рівень споживання;
- належну якість товарів (робіт, послуг);
- безпеку товарів (робіт, послуг);
- необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів (робіт, послуг);
- відшкодування збитків, завданих товарами (роботами, послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами (роботами, послугами), у випадках, передбачених законом;
- звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів.

– сприяти відповідним державним органам у здійсненні контролю за якістю продукції та обслуговування. Самостійно проводити перевірки захисту прав споживачів громадські організації не можуть, але їх учасників може бути залучено до перевірок державних органів на громадських засадах;

- надавати юридичну і консультаційну допомогу споживачам;
- представляти і захищати інтереси споживачів в органах виконавчої влади та органах місцевого самоврядування;
- вносити органам виконавчої влади і суб'єктам господарювання пропозиції про тимчасове зупинення випуску та реалізації продукції, яка не відповідає встановленим вимогам щодо якості, про припинення виробництва, вилучення з реалізації продукції, що становлять небезпеку для життя, здоров'я та майна громадян або завдають шкоди навколишньому природному середовищу, фальсифіковану та дефектну продукцію, а також про коригування цін, встановлених з порушенням законодавства;
- звертатися з позовом до суду про визнання дій продавця, виробника протиправними, звертатися до правоохоронних органів;
- захищати у суді права споживачів;
- інформувати громадськість про права споживачів;
- сприяти розвитку міжнародного співробітництва у сфері захисту прав та інтересів споживачів.

Таким чином, в Україні, як і в будь-якій цивілізованій державі, сформована система захисту прав споживачів (рис. 1.2).

Права споживачів, механізм реалізації захисту цих прав та відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками (виконавцями, продавцями) регулюються Законом «Про захист прав споживачів» та іншими законодавчими актами.

Споживачі, які перебувають на території України, під час придбання, замовлення або використання товарів (робіт, послуг) з метою задоволення своїх потреб мають **право** на:

- державний захист своїх прав;
- гарантований рівень споживання;
- належну якість товарів (робіт, послуг);
- безпеку товарів (робіт, послуг);
- необхідну, доступну та достовірну інформацію про кількість, якість і асортимент товарів (робіт, послуг);
- відшкодування збитків, завданих товарами (роботами, послугами) неналежної якості, а також шкоди, заподіяної небезпечними для життя і здоров'я людей товарами (роботами, послугами), у випадках, передбачених законом;
- звернення до суду та інших уповноважених органів влади за захистом порушених прав або законних інтересів.



Рисунок 1.2 – Структура системи захисту прав споживачів України

Держава забезпечує громадянам захист їх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (робіт, послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (робіт, послуг) відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання іншими законними способами товарів (робіт, послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності.

Закон України «Про захист прав споживачів» чинний з 1991 року. Цей закон регулює відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками, виконавцями, продавцями; встановлює права споживачів і визначає механізм реалізації державного захисту їхніх прав. Згідно із законом споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативно-правових актів та нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. Продавець (виробник, виконавець) на вимогу споживача зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують належну якість продукції.

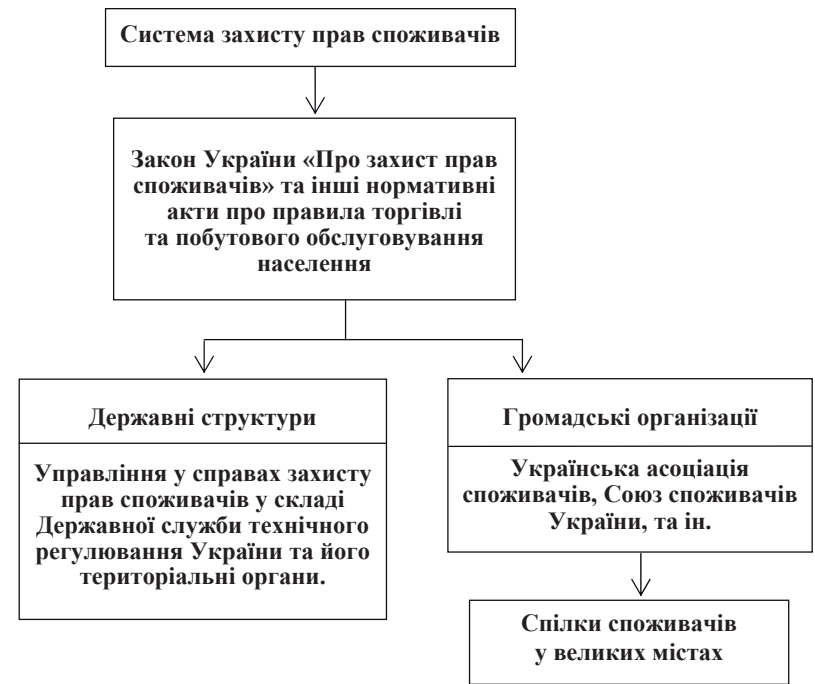


Рисунок 1.2 – Структура системи захисту прав споживачів України

Держава забезпечує громадянам захист їх інтересів як споживачів, надає можливість вільного вибору товарів (робіт, послуг), набуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (робіт, послуг) відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання іншими законними способами товарів (робіт, послуг) в обсягах, що забезпечують рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності.

Закон України «Про захист прав споживачів» чинний з 1991 року. Цей закон регулює відносини між споживачами товарів (робіт, послуг) і виробниками, виконавцями, продавцями; встановлює права споживачів і визначає механізм реалізації державного захисту їхніх прав. Згідно із законом споживач має право вимагати від продавця, щоб якість придбаного ним товару відповідала вимогам нормативно-правових актів та нормативних документів, умовам договорів, а також інформації про товар, яку надає продавець. Продавець (виробник, виконавець) на вимогу споживача зобов'язаний надати йому документи, які підтверджують належну якість продукції.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку **недоліків** придбаного товару споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- пропорційного зменшення ціни;
- безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Закон «Про захист прав споживачів» та Цивільний кодекс встановлюють право покупців протягом двох тижнів обміняти недовольчий товар належної якості на аналогічний товар. Вимоги покупця про обмін або повернення товару підлягають задоволенню у разі, якщо товар не був у вживанні, збережено його товарний вигляд, споживчі якості і за наявності доказів придбання товару у цього продавця. Стосовно недовольчих товарів, що перебували у використанні та були реалізовані через роздрібні комісійні торговельні підприємства, вимоги споживача задовольняються за згодою продавця. Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню), затверджується Кабінетом Міністрів України.

Вимоги пред'являються на вибір споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги за місцезнаходженням споживача.

Споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність або сертифіката відповідності.

Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку **недоліків** придбаного товару споживач, в порядку та у строки, що встановлені законодавством, має право вимагати:

- пропорційного зменшення ціни;
- безоплатного усунення недоліків товару в розумний строк;
- відшкодування витрат на усунення недоліків товару.

У разі виявлення протягом встановленого гарантійного строку істотних недоліків, які виникли з вини виробника товару (продавця, виконавця), або фальсифікації товару, підтверджених за необхідності висновком експертизи, споживач має право за своїм вибором вимагати від продавця або виробника:

- розірвання договору та повернення сплаченої за товар грошової суми;
- вимагати заміни товару на такий же товар або на аналогічний, з числа наявних у продавця (виробника), товар.

Закон «Про захист прав споживачів» та Цивільний кодекс встановлюють право покупців протягом двох тижнів обміняти недовольчий товар належної якості на аналогічний товар. Вимоги покупця про обмін або повернення товару підлягають задоволенню у разі, якщо товар не був у вживанні, збережено його товарний вигляд, споживчі якості і за наявності доказів придбання товару у цього продавця. Стосовно недовольчих товарів, що перебували у використанні та були реалізовані через роздрібні комісійні торговельні підприємства, вимоги споживача задовольняються за згодою продавця. Перелік товарів, що не підлягають обміну (поверненню), затверджується Кабінетом Міністрів України.

Вимоги пред'являються на вибір споживача продавцеві за місцем купівлі товару, виробникові або підприємству, що задовольняє ці вимоги за місцезнаходженням споживача.

Споживач має право на те, щоб продукція за звичайних умов її використання, зберігання і транспортування була безпечною для його життя, здоров'я, навколишнього природного середовища, а також не завдавала шкоди його майну.

Продукція, на яку актами законодавства або іншими нормативними документами встановлено обов'язкові вимоги щодо забезпечення безпеки для життя, здоров'я споживачів, їх майна, навколишнього природного середовища і передбачено нанесення національного знака відповідності, повинна пройти встановлену процедуру оцінки відповідності. Виробник має право маркувати продукцію національним знаком відповідності за наявності декларації про відповідність або сертифіката відповідності.

Споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору. Інформація повинна бути надана

споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги).

Інформація про продукцію повинна містити:

1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

2) найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна; продукція;

3) дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

5) позначку про наявність або відсутність у складі продуктів харчування генетично модифікованих компонентів;

6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

7) дату виготовлення;

8) відомості про умови зберігання;

9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватись інформація про її сертифікацію. Стосовно продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, виробник зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання). Збитки, завдані споживачеві недобросовісною рекламою, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі.

Продавець не звільняється від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар.

Законом забороняється нечесна підприємницька практика, яка включає:

– вчинення дій, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції;

споживачеві до придбання ним товару чи замовлення роботи (послуги).

Інформація про продукцію повинна містити:

1) назву товару, найменування або відтворення знака для товарів і послуг, за якими вони реалізуються;

2) найменування нормативних документів, вимогам яких повинна відповідати вітчизняна; продукція;

3) дані про основні властивості продукції, а щодо продуктів харчування – про склад (включаючи перелік використаної у процесі їх виготовлення сировини, в тому числі харчових добавок), номінальну кількість (масу, об'єм тощо), харчову та енергетичну цінність, умови використання та застереження щодо вживання їх окремими категоріями споживачів;

4) відомості про вміст шкідливих для здоров'я речовин та застереження щодо застосування окремої продукції, якщо такі застереження встановлені нормативно-правовими актами;

5) позначку про наявність або відсутність у складі продуктів харчування генетично модифікованих компонентів;

6) дані про ціну (тариф), умови та правила придбання продукції;

7) дату виготовлення;

8) відомості про умови зберігання;

9) гарантійні зобов'язання виробника (виконавця);

10) правила та умови ефективного і безпечного використання продукції;

11) строк придатності (строк служби) товару (наслідків роботи), відомості про необхідні дії споживача після їх закінчення, а також про можливі наслідки в разі невиконання цих дій;

12) найменування та місцезнаходження виробника (виконавця, продавця) і підприємства, яке здійснює його функції щодо прийняття претензій від споживача, а також проводить ремонт і технічне обслуговування.

Стосовно продукції, яка підлягає обов'язковій сертифікації, споживачеві повинна надаватись інформація про її сертифікацію. Стосовно продукції, яка за певних умов може бути небезпечною для життя, здоров'я споживача та його майна, навколишнього природного середовища, виробник зобов'язаний довести до відома споживача інформацію про таку продукцію і можливі наслідки її споживання (використання). Збитки, завдані споживачеві недобросовісною рекламою, підлягають відшкодуванню винною особою у повному обсязі.

Продавець не звільняється від відповідальності у разі неодержання ним від виробника (імпортера) відповідної інформації про товар.

Законом забороняється нечесна підприємницька практика, яка включає:

– вчинення дій, що кваліфікуються законодавством як прояв недобросовісної конкуренції;

– будь-яку діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною. Агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції.

Захист прав споживачів, передбачених законодавством, здійснюється судом. При задоволенні вимог споживача суд вирішує питання щодо відшкодування матеріальної та моральної (немайнової) шкоди. Споживачі звільняються від сплати державного мита за позовами, що пов'язані з порушенням їх прав. Судові витрати покриваються за рахунок винної сторони. Суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування несуть відповідальність за відмову споживачу в реалізації його прав у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Спілки споживачів випускають спеціальні газети, журнали, публікують статті в інших засобах інформації. У Всесвітній день споживача проводяться акції захисту його прав, відкриваються виставки недоброякісних товарів з метою антиреклами.

1.7 Обмеження підприємницької діяльності. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

Обмеження щодо здійснення підприємницької діяльності, а також перелік видів діяльності, в яких забороняється підприємництво, встановлюються законом.

Законодавчими актами передбачено два **типи обмежень** у здійсненні певних видів підприємницької діяльності:

- 1) деякі види діяльності можуть здійснювати тільки державні підприємства;
- 2) певні види діяльності потребують спеціального дозволу (ліцензії) або патентування.

Тільки державні підприємства й організації можуть здійснювати діяльність, пов'язану з виготовленням і реалізацією військової зброї та боєприпасів до неї, видобуванням бурштину, охороною окремих особливо важливих об'єктів державної власності, а також діяльність, пов'язану з проведенням криміналістичних, судово-медичних, судово-психіатричних експертиз та розробленням, випробуванням, виробництвом та експлуатацією ракетно-носіїв, з технічним обслуговуванням та експлуатацією первинних мереж (крім місцевих мереж) та супутникових систем телефонного зв'язку, виплатою та доставкою пенсій, грошової допомоги малозабезпеченим громадянам, а проведення ломбардних операцій – також і повні товариства.

– будь-яку діяльність (дії або бездіяльність), що вводить споживача в оману або є агресивною. Агресивною вважається підприємницька практика, яка фактично містить елементи примусу, докучання або неналежного впливу та істотно впливає чи може вплинути на свободу вибору або поведінку споживача стосовно придбання продукції.

Захист прав споживачів, передбачених законодавством, здійснюється судом. При задоволенні вимог споживача суд вирішує питання щодо відшкодування матеріальної та моральної (немайнової) шкоди. Споживачі звільняються від сплати державного мита за позовами, що пов'язані з порушенням їх прав. Судові витрати покриваються за рахунок винної сторони. Суб'єкти господарювання сфери торговельного та інших видів обслуговування несуть відповідальність за відмову споживачу в реалізації його прав у десятикратному розмірі вартості продукції виходячи з цін, що діяли на час придбання цієї продукції, але не менше п'яти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Спілки споживачів випускають спеціальні газети, журнали, публікують статті в інших засобах інформації. У Всесвітній день споживача проводяться акції захисту його прав, відкриваються виставки недоброякісних товарів з метою антиреклами.

1.7 Обмеження підприємницької діяльності. Ліцензування та патентування підприємницької діяльності

Обмеження щодо здійснення підприємницької діяльності, а також перелік видів діяльності, в яких забороняється підприємництво, встановлюються законом.

Законодавчими актами передбачено два **типи обмежень** у здійсненні певних видів підприємницької діяльності:

- 1) деякі види діяльності можуть здійснювати тільки державні підприємства;
- 2) певні види діяльності потребують спеціального дозволу (ліцензії) або патентування.

Тільки державні підприємства й організації можуть здійснювати діяльність, пов'язану з виготовленням і реалізацією військової зброї та боєприпасів до неї, видобуванням бурштину, охороною окремих особливо важливих об'єктів державної власності, а також діяльність, пов'язану з проведенням криміналістичних, судово-медичних, судово-психіатричних експертиз та розробленням, випробуванням, виробництвом та експлуатацією ракетно-носіїв, з технічним обслуговуванням та експлуатацією первинних мереж (крім місцевих мереж) та супутникових систем телефонного зв'язку, виплатою та доставкою пенсій, грошової допомоги малозабезпеченим громадянам, а проведення ломбардних операцій – також і повні товариства.

Діяльність, пов'язана з виробництвом бензинів моторних сумішевих (А-76Ек, А-80Ек, А-92Ек, АІ-93Ек, А-95Ек, А-98Ек) з вмістом не менш як 5 відсотків високооктанових кисневмісних добавок, здійснюється нафтопереробними підприємствами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України. Діяльність, пов'язана з виробництвом високооктанових кисневмісних добавок, здійснюється державними спиртовими заводами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України

В Україні склалися системи ліцензування, які можна класифікувати таким способом:

1) ліцензування окремих видів господарської діяльності відповідно до спеціальних законів, що регулюють відносини в цих сферах;

- банківська діяльність;
- професійна діяльність на ринку цінних паперів;
- із надання фінансових послуг;
- зовнішньоекономічна діяльність (Кабінет Міністрів затверджує перелік товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню);
- діяльність у галузі телебачення і радіомовлення;
- діяльність у сфері електроенергетики та використання ядерної енергії;
- діяльність у сфері освіти;
- виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодovým, алкогольними напоями та тютюновими виробами;
- діяльність у сфері телекомунікацій;
- будівельна діяльність.
- надання послуг з перевезення пасажирів, вантажу повітряним транспортом.
- діяльність з обігу наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- господарська діяльність з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами.

2) ліцензування певних видів господарської діяльності відповідно до Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»:

1) виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боеприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду, торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боеприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду;

2) виробництво вибухових матеріалів промислового призначення (згідно з переліком, що затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці та державного гірничого нагляду);

Діяльність, пов'язана з виробництвом бензинів моторних сумішевих (А-76Ек, А-80Ек, А-92Ек, АІ-93Ек, А-95Ек, А-98Ек) з вмістом не менш як 5 відсотків високооктанових кисневмісних добавок, здійснюється нафтопереробними підприємствами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України. Діяльність, пов'язана з виробництвом високооктанових кисневмісних добавок, здійснюється державними спиртовими заводами, перелік яких визначається Кабінетом Міністрів України

В Україні склалися системи ліцензування, які можна класифікувати таким способом:

1) ліцензування окремих видів господарської діяльності відповідно до спеціальних законів, що регулюють відносини в цих сферах;

- банківська діяльність;
- професійна діяльність на ринку цінних паперів;
- із надання фінансових послуг;
- зовнішньоекономічна діяльність (Кабінет Міністрів затверджує перелік товарів, експорт та імпорт яких підлягає ліцензуванню);
- діяльність у галузі телебачення і радіомовлення;
- діяльність у сфері електроенергетики та використання ядерної енергії;
- діяльність у сфері освіти;
- виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодovým, алкогольними напоями та тютюновими виробами;
- діяльність у сфері телекомунікацій;
- будівельна діяльність.
- надання послуг з перевезення пасажирів, вантажу повітряним транспортом.
- діяльність з обігу наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;
- господарська діяльність з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібною торгівлі лікарськими засобами.

2) ліцензування певних видів господарської діяльності відповідно до Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності»:

1) виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боеприпасів до неї, холодної зброї, пневматичної зброї калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду, торгівля вогнепальною зброєю невійськового призначення та боеприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду;

2) виробництво вибухових матеріалів промислового призначення (згідно з переліком, що затверджується спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади з питань нагляду за охороною праці та державного гірничого нагляду);

3) виробництво особливо небезпечних хімічних речовин; операції у сфері поводження з небезпечними відходами, збирання і заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (згідно з переліками, що визначаються Кабінетом Міністрів України);

4) видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;

6) виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами і препаратами;

7) торгівля пестицидами та агрохімікатами (тільки регуляторами росту рослин);

8) виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж;

9) розроблення, виготовлення спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації, торгівля спеціальними технічними засобами для зняття інформації з каналів зв'язку, іншими засобами негласного отримання інформації;

10) надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації (крім послуг електронного цифрового підпису), торгівля криптосистемами і засобами криптографічного захисту інформації (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);

11) впровадження, ввезення, вивезення голографічних захисних елементів;

12) надання послуг у галузі технічного захисту інформації (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);

13) виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);

14) транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом, транспортування природного, нафтового газу і газу (метану) вугільних родовищ трубопроводами та їх розподіл;

15) постачання природного газу, газу (метану) вугільних родовищ за регульованим та нерегульованим тарифом;

16) зберігання природного газу, газу (метану) вугільних родовищ в обсягах, що перевищують рівень, встановлений ліцензійними умовами;

17) централізоване водопостачання та водовідведення;

18) розроблення, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їх складових частин, наземного комплексу управління космічними апаратами та його складових частин;

19) культивування рослин, включених до таблиці І Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, затвердженого Кабінетом Міністрів України, розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, реалізація (відпуск), ввезення на територію України, вивезення з території України, використання, зни-

3) виробництво особливо небезпечних хімічних речовин; операції у сфері поводження з небезпечними відходами, збирання і заготівля окремих видів відходів як вторинної сировини (згідно з переліками, що визначаються Кабінетом Міністрів України);

4) видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;

6) виробництво ветеринарних медикаментів і препаратів, оптова, роздрібна торгівля ветеринарними медикаментами і препаратами;

7) торгівля пестицидами та агрохімікатами (тільки регуляторами росту рослин);

8) виробництво спеціальних засобів, заряджених речовинами сльозоточивої та дратівної дії, індивідуального захисту, активної оборони та їх продаж;

9) розроблення, виготовлення спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку, інших засобів негласного отримання інформації, торгівля спеціальними технічними засобами для зняття інформації з каналів зв'язку, іншими засобами негласного отримання інформації;

10) надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації (крім послуг електронного цифрового підпису), торгівля криптосистемами і засобами криптографічного захисту інформації (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);

11) впровадження, ввезення, вивезення голографічних захисних елементів;

12) надання послуг у галузі технічного захисту інформації (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);

13) виготовлення бланків цінних паперів, документів суворої звітності (згідно з переліком, що визначається Кабінетом Міністрів України);

14) транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом, транспортування природного, нафтового газу і газу (метану) вугільних родовищ трубопроводами та їх розподіл;

15) постачання природного газу, газу (метану) вугільних родовищ за регульованим та нерегульованим тарифом;

16) зберігання природного газу, газу (метану) вугільних родовищ в обсягах, що перевищують рівень, встановлений ліцензійними умовами;

17) централізоване водопостачання та водовідведення;

18) розроблення, випробування, виробництво, експлуатація ракет-носіїв, космічних апаратів та їх складових частин, наземного комплексу управління космічними апаратами та його складових частин;

19) культивування рослин, включених до таблиці І Переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, затвердженого Кабінетом Міністрів України, розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, реалізація (відпуск), ввезення на територію України, вивезення з території України, використання, зни-

щення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, включених до зазначеного Переліку;

20) медична практика;

21) переробка донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів, крім діяльності банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини;

22) діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини згідно з переліком, затвердженим Міністерством охорони здоров'я України (діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини);

23) ветеринарна практика;

24) випуск та проведення лотерей;

25) надання послуг з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів, багажу річковим, морським, автомобільним, залізничним транспортом;

26) заготівля, переробка, металургійна переробка металобрухту кольорових і чорних металів;

27) збирання, первинна обробка відходів і брухту дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;

28) надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення;

29) надання послуг з охорони власності та громадян;

30) туropераторська діяльність;

31) діяльність арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів);

32) посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;

33) проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів;

34) діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств;

35) діяльність митного брокера;

36) виробництво, експорт та імпорт дисків для лазерних систем зчитування, матриць;

37) торгівля племінними (генетичними) ресурсами, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин;

38) проведення фумігації (зnezараження) об'єктів регулювання, визначених Законом України «Про карантин рослин», які переміщуються через державний кордон України та карантинні зони;

39) діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами;

40) діяльність, пов'язана з наданням послуг стрільбищами невійськового призначення та функціонуванням мисливських стендів;

41) розроблення, виготовлення, реалізація, ремонт, модернізація та утилізація озброєння, військової техніки, військової зброї і боєприпасів до неї;

щення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів, включених до зазначеного Переліку;

20) медична практика;

21) переробка донорської крові та її компонентів, виготовлення з них препаратів, крім діяльності банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини;

22) діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини згідно з переліком, затвердженим Міністерством охорони здоров'я України (діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин людини);

23) ветеринарна практика;

24) випуск та проведення лотерей;

25) надання послуг з перевезення пасажирів, небезпечних вантажів, багажу річковим, морським, автомобільним, залізничним транспортом;

26) заготівля, переробка, металургійна переробка металобрухту кольорових і чорних металів;

27) збирання, первинна обробка відходів і брухту дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, дорогоцінного каміння органогенного утворення, напівдорогоцінного каміння;

28) надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення;

29) надання послуг з охорони власності та громадян;

30) туropераторська діяльність;

31) діяльність арбітражних керуючих (розпорядників майна, керуючих санацією, ліквідаторів);

32) посередництво у працевлаштуванні на роботу за кордоном;

33) проведення робіт із землеустрою, землеоціночних робіт та земельних торгів;

34) діяльність, пов'язана з промисловим виловом риби, крім внутрішніх водойм (ставків) господарств;

35) діяльність митного брокера;

36) виробництво, експорт та імпорт дисків для лазерних систем зчитування, матриць;

37) торгівля племінними (генетичними) ресурсами, проведення генетичної експертизи походження та аномалій тварин;

38) проведення фумігації (зnezараження) об'єктів регулювання, визначених Законом України «Про карантин рослин», які переміщуються через державний кордон України та карантинні зони;

39) діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами;

40) діяльність, пов'язана з наданням послуг стрільбищами невійськового призначення та функціонуванням мисливських стендів;

41) розроблення, виготовлення, реалізація, ремонт, модернізація та утилізація озброєння, військової техніки, військової зброї і боєприпасів до неї;

42) виробництво теплової енергії, транспортування її магістральними і місцевими (розподільчими) тепловими мережами та постачання теплової енергії;

43) збирання та використання інформації, яка складає кредитну історію;

44) генетично-інженерна діяльність у замкненій системі;

45) торгівля рідким паливом з біомаси та біогазом.

У 2010 році Законом «Про внесення змін до Закону України про ліцензування певних видів господарської діяльності» було скорочено майже 30% видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню. Змінами до ліцензійних умов виведено за межі державного регулювання 90% видів робіт – тобто, з 2268 видів робіт під регулюванням залишилось 222.

Ліцензування видів господарської діяльності включає такі дії: видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

Ліцензія – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку (у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України) за умови виконання ліцензійних умов. Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на зайняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає обмеженню.

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

Ліцензійні умови – установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню. У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для провадження яких необхідні спеціальні знання, включаються кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – юридичних осіб та (або) до фізичних осіб – підприємців. У разі якщо для провадження певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, необхідні особливі вимоги щодо будівель, приміщень, обладнання, інших технічних засобів, такі вимоги також включаються до ліцензійних умов. У ліцензійних умовах встановлюється вимога до суб'єкта господарювання щодо необхідності подання повідомлення органу ліцензування про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії. У разі якщо суб'єкт господарювання провадить вид господарської діяльності

42) виробництво теплової енергії, транспортування її магістральними і місцевими (розподільчими) тепловими мережами та постачання теплової енергії;

43) збирання та використання інформації, яка складає кредитну історію;

44) генетично-інженерна діяльність у замкненій системі;

45) торгівля рідким паливом з біомаси та біогазом.

У 2010 році Законом «Про внесення змін до Закону України про ліцензування певних видів господарської діяльності» було скорочено майже 30% видів господарської діяльності, які підлягають ліцензуванню. Змінами до ліцензійних умов виведено за межі державного регулювання 90% видів робіт – тобто, з 2268 видів робіт під регулюванням залишилось 222.

Ліцензування видів господарської діяльності включає такі дії: видача, переоформлення та анулювання ліцензій, видача дублікатів ліцензій, ведення ліцензійних справ та ліцензійних реєстрів, контроль за додержанням ліцензіатами ліцензійних умов, видача розпоряджень про усунення порушень ліцензійних умов, а також розпоряджень про усунення порушень законодавства у сфері ліцензування.

Ліцензія – документ державного зразка, який засвідчує право ліцензіата на провадження зазначеного в ньому виду господарської діяльності протягом визначеного строку (у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України) за умови виконання ліцензійних умов. Ліцензія є єдиним документом дозвільного характеру, який дає право на зайняття певним видом господарської діяльності, що відповідно до законодавства підлягає обмеженню.

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

Ліцензійні умови – установлений з урахуванням вимог законів вичерпний перелік організаційних, кваліфікаційних та інших спеціальних вимог, обов'язкових для виконання при провадженні видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню. У ліцензійні умови щодо видів господарської діяльності, для провадження яких необхідні спеціальні знання, включаються кваліфікаційні вимоги до працівників суб'єктів господарювання – юридичних осіб та (або) до фізичних осіб – підприємців. У разі якщо для провадження певних видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, необхідні особливі вимоги щодо будівель, приміщень, обладнання, інших технічних засобів, такі вимоги також включаються до ліцензійних умов. У ліцензійних умовах встановлюється вимога до суб'єкта господарювання щодо необхідності подання повідомлення органу ліцензування про зміну даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії. У разі якщо суб'єкт господарювання провадить вид господарської діяльності

не в повному обсязі, а частково, ліцензійні умови поширюються на суб'єкта господарювання виключно в частині, що встановлює вимоги до провадження господарської діяльності, зазначеної в ліцензії.

Ліцензування здійснюють органи ліцензування. Орган ліцензування – орган виконавчої влади, визначений Кабінетом Міністрів України, уповноважений законом державний колегіальний орган, спеціально уповноважений виконавчий орган рад для ліцензування певних видів господарської діяльності. Так, наприклад, ліцензію на медичну практику видає Міністерство охорони здоров'я, на надання послуг з перевезення – Міністерство інфраструктури, надання послуг з охорони, діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами – МВС, випуск та проведення лотерей – Міністерство фінансів.

Орган ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади чи державний колегіальний орган, може делегувати їх своїм структурним територіальним підрозділам.

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, на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію.

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

До заяви про видачу ліцензії додається виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Верховна Рада розглядає проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів (щодо скасування надання паперових витягів (довідок) з державних реєстрів для отримання дозволів та ліцензій)». Згідно положень законопроекту при поданні документів ліцензійному органу на отримання ліцензії, не потрібно буде надавати виписки – орган ліцензування сам перевірятиме дані у реєстрі.

Для окремих видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, до заяви про видачу ліцензії також додаються документи, вичерпний перелік яких встановлений Кабінетом Міністрів України [24].

не в повному обсязі, а частково, ліцензійні умови поширюються на суб'єкта господарювання виключно в частині, що встановлює вимоги до провадження господарської діяльності, зазначеної в ліцензії.

Ліцензування здійснюють органи ліцензування. Орган ліцензування – орган виконавчої влади, визначений Кабінетом Міністрів України, уповноважений законом державний колегіальний орган, спеціально уповноважений виконавчий орган рад для ліцензування певних видів господарської діяльності. Так, наприклад, ліцензію на медичну практику видає Міністерство охорони здоров'я, на надання послуг з перевезення – Міністерство інфраструктури, надання послуг з охорони, діяльність, пов'язана з виробництвом, торгівлею піротехнічними засобами – МВС, випуск та проведення лотерей – Міністерство фінансів.

Орган ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади чи державний колегіальний орган, може делегувати їх своїм структурним територіальним підрозділам.

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, на провадження якого заявник має намір одержати ліцензію.

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

До заяви про видачу ліцензії додається виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Верховна Рада розглядає проект Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів (щодо скасування надання паперових витягів (довідок) з державних реєстрів для отримання дозволів та ліцензій)». Згідно положень законопроекту при поданні документів ліцензійному органу на отримання ліцензії, не потрібно буде надавати виписки – орган ліцензування сам перевірятиме дані у реєстрі.

Для окремих видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню, до заяви про видачу ліцензії також додаються документи, вичерпний перелік яких встановлений Кабінетом Міністрів України [24].

Наприклад, для отримання ліцензії на провадження медичної практики до заяви додаються такі документи:

1) засвідчена в установленому порядку копія висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи, видана за місцем провадження діяльності, про відповідність наявних приміщень вимогам санітарних норм і правил щодо здійснення медичної практики;

2) відомості за підписом заявника – суб'єкта господарювання (за формою, встановленою ліцензійними умовами) про:

– стан матеріально-технічної бази, необхідної для провадження відповідного виду господарської діяльності;

– наявність нормативно-правових документів, у тому числі нормативних документів з питань стандартизації, необхідних для провадження відповідного виду господарської діяльності;

– наявність персоналу із зазначенням його освітнього і кваліфікаційного рівня та стажу роботи за спеціальністю, необхідного для провадження відповідного виду діяльності.

Заява про видачу ліцензії залишається без розгляду, якщо:

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

– документи оформлені з порушенням вимог.

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

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову у її видачі у строк не пізніше ніж **десять робочих днів** з дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, що додаються до заяви.

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

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

– недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії;

– невідповідність заявника згідно з поданими документами ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про видачу ліцензії.

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

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі невідповідності заявника ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності,

Наприклад, для отримання ліцензії на провадження медичної практики до заяви додаються такі документи:

1) засвідчена в установленому порядку копія висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи, видана за місцем провадження діяльності, про відповідність наявних приміщень вимогам санітарних норм і правил щодо здійснення медичної практики;

2) відомості за підписом заявника – суб'єкта господарювання (за формою, встановленою ліцензійними умовами) про:

– стан матеріально-технічної бази, необхідної для провадження відповідного виду господарської діяльності;

– наявність нормативно-правових документів, у тому числі нормативних документів з питань стандартизації, необхідних для провадження відповідного виду господарської діяльності;

– наявність персоналу із зазначенням його освітнього і кваліфікаційного рівня та стажу роботи за спеціальністю, необхідного для провадження відповідного виду діяльності.

Заява про видачу ліцензії залишається без розгляду, якщо:

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

– документи оформлені з порушенням вимог.

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

Орган ліцензування приймає рішення про видачу ліцензії або про відмову у її видачі у строк не пізніше ніж **десять робочих днів** з дати надходження заяви про видачу ліцензії та документів, що додаються до заяви.

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

Підставами для прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії є:

– недостовірність даних у документах, поданих заявником, для отримання ліцензії;

– невідповідність заявника згідно з поданими документами ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності, зазначеного в заяві про видачу ліцензії.

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

У разі відмови у видачі ліцензії на підставі невідповідності заявника ліцензійним умовам, встановленим для виду господарської діяльності,

вказаного в заяві про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії після усунення причин, що стали підставою для відмови у видачі ліцензії. Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

З метою забезпечення ефективного та раціонального використання обмежених ресурсів, застосування новітніх технологій і обладнання, створення вигідних для держави умов експлуатації таких ресурсів, ліцензування видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, у разі надходження кількох заяв про видачу ліцензій, здійснюється тільки за результатами відкритих конкурсів. До видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, відносяться:

- видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння;
- постачання природного газу за регульованим, за нерегульованим тарифом;
- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, встановлюваний ліцензійними умовами.

У разі, коли ліцензіат протягом шести місяців не провадить господарську діяльність згідно з отриманою за результатами конкурсу ліцензією, орган ліцензування має право анулювати таку ліцензію.

У ліцензії **зазначаються**:

- найменування органу ліцензування, що видав ліцензію;
- вид господарської діяльності, вказаний згідно з частиною третьою статті 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (в повному обсязі або частково), на право провадження якого видається ліцензія;
- найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця;
- ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів;
- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи – підприємця;
- дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії;
- строк дії ліцензії у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України;
- посада, прізвище та ініціали особи, яка підписала ліцензію;
- дата видачі ліцензії;

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за три робочі дні з дня надходження документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії.

Якщо заявник протягом тридцяти календарних днів з дня направлення йому повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії не подав документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії,

вказаного в заяві про видачу ліцензії, суб'єкт господарювання може подати до органу ліцензування нову заяву про видачу ліцензії після усунення причин, що стали підставою для відмови у видачі ліцензії. Рішення про відмову у видачі ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

З метою забезпечення ефективного та раціонального використання обмежених ресурсів, застосування новітніх технологій і обладнання, створення вигідних для держави умов експлуатації таких ресурсів, ліцензування видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, у разі надходження кількох заяв про видачу ліцензій, здійснюється тільки за результатами відкритих конкурсів. До видів господарської діяльності, провадження яких пов'язане з використанням обмежених ресурсів, відносяться:

- видобуток дорогоцінних металів і дорогоцінного каміння;
- постачання природного газу за регульованим, за нерегульованим тарифом;
- зберігання природного газу в обсягах, що перевищують рівень, встановлюваний ліцензійними умовами.

У разі, коли ліцензіат протягом шести місяців не провадить господарську діяльність згідно з отриманою за результатами конкурсу ліцензією, орган ліцензування має право анулювати таку ліцензію.

У ліцензії **зазначаються**:

- найменування органу ліцензування, що видав ліцензію;
- вид господарської діяльності, вказаний згідно з частиною третьою статті 9 Закону України «Про ліцензування певних видів господарської діяльності» (в повному обсязі або частково), на право провадження якого видається ліцензія;
- найменування юридичної особи або прізвище, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця;
- ідентифікаційний код юридичної особи або ідентифікаційний номер фізичної особи – платника податків та інших обов'язкових платежів;
- місцезнаходження юридичної особи або місце проживання фізичної особи – підприємця;
- дата прийняття та номер рішення про видачу ліцензії;
- строк дії ліцензії у разі його встановлення Кабінетом Міністрів України;
- посада, прізвище та ініціали особи, яка підписала ліцензію;
- дата видачі ліцензії;

Орган ліцензування повинен оформити ліцензію не пізніше ніж за три робочі дні з дня надходження документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії.

Якщо заявник протягом тридцяти календарних днів з дня направлення йому повідомлення про прийняття рішення про видачу ліцензії не подав документа, що підтверджує внесення плати за видачу ліцензії,

або не звернувся до органу ліцензування для отримання оформленої ліцензії, орган ліцензування, який оформив ліцензію, має право скасувати рішення про видачу ліцензії.

Ліцензія на провадження певного виду господарської діяльності видається на **необмежений строк**. Кабінет Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування може обмежити строк дії ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, але цей строк не може бути меншим, ніж **п'ять років**.

Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади чи державний колегіальний орган, здійснюється на всій території України. Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є місцевий орган виконавчої влади, здійснюється на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Для кожної філії, кожного відокремленого підрозділу ліцензіата, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої ним ліцензії, орган ліцензування видає ліцензіату засвідчені ним копії ліцензії, які реєструються в журналі обліку заяв та виданих ліцензій.

У разі, коли ліцензіат має намір провадити зазначений в ліцензії вид господарської діяльності після закінчення строку її дії, якщо такий строк встановлено Кабінетом Міністрів України, він повинен отримати нову ліцензію. Нова ліцензія видається органом ліцензування не раніше ніж в останній робочий день дії попередньо виданої ліцензії.

Ліцензіат не може передавати ліцензію або її копію іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності.

До ліцензій на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом додаються ліцензійні картки на кожен автомобільний транспортний засіб.

Підставами для **переоформлення** ліцензії є:

- зміна найменування юридичної особи (якщо зміна найменування не пов'язана з реорганізацією юридичної особи) або прізвища, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця;
- зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи – підприємця;
- зміни, пов'язані з провадженням ліцензіатом певного виду господарської діяльності.

Ліцензіат, який подав заяву та відповідні документи про переоформлення ліцензії, може провадити свою діяльність на підставі довідки про прийняття заяви про переоформлення ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, яка видається органом ліцензування.

Ліцензіат зобов'язаний повідомляти орган ліцензування про всі зміни даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії.

або не звернувся до органу ліцензування для отримання оформленої ліцензії, орган ліцензування, який оформив ліцензію, має право скасувати рішення про видачу ліцензії.

Ліцензія на провадження певного виду господарської діяльності видається на **необмежений строк**. Кабінет Міністрів України за поданням спеціально уповноваженого органу з питань ліцензування може обмежити строк дії ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, але цей строк не може бути меншим, ніж **п'ять років**.

Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є центральний орган виконавчої влади чи державний колегіальний орган, здійснюється на всій території України. Господарська діяльність на підставі ліцензії, виданої органом ліцензування, яким є місцевий орган виконавчої влади, здійснюється на території відповідної адміністративно-територіальної одиниці.

Для кожної філії, кожного відокремленого підрозділу ліцензіата, які провадитимуть господарську діяльність на підставі отриманої ним ліцензії, орган ліцензування видає ліцензіату засвідчені ним копії ліцензії, які реєструються в журналі обліку заяв та виданих ліцензій.

У разі, коли ліцензіат має намір провадити зазначений в ліцензії вид господарської діяльності після закінчення строку її дії, якщо такий строк встановлено Кабінетом Міністрів України, він повинен отримати нову ліцензію. Нова ліцензія видається органом ліцензування не раніше ніж в останній робочий день дії попередньо виданої ліцензії.

Ліцензіат не може передавати ліцензію або її копію іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності.

До ліцензій на надання послуг з перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом додаються ліцензійні картки на кожен автомобільний транспортний засіб.

Підставами для **переоформлення** ліцензії є:

- зміна найменування юридичної особи (якщо зміна найменування не пов'язана з реорганізацією юридичної особи) або прізвища, ім'я, по батькові фізичної особи – підприємця;
- зміна місцезнаходження юридичної особи або місця проживання фізичної особи – підприємця;
- зміни, пов'язані з провадженням ліцензіатом певного виду господарської діяльності.

Ліцензіат, який подав заяву та відповідні документи про переоформлення ліцензії, може провадити свою діяльність на підставі довідки про прийняття заяви про переоформлення ліцензії на провадження певного виду господарської діяльності, яка видається органом ліцензування.

Ліцензіат зобов'язаний повідомляти орган ліцензування про всі зміни даних, зазначених у документах, що додавалися до заяви про видачу ліцензії.

У разі припинення провадження зазначеного у ліцензії виду господарської діяльності за місцем провадження такої діяльності, на яке була видана копія ліцензії, ліцензіат зобов'язаний протягом десяти робочих днів з дати припинення повідомити про це орган ліцензування у письмовій формі. Орган ліцензування повинен внести відповідні зміни до ліцензійного реєстру не пізніше наступного робочого дня з дати надходження такого повідомлення.

Спеціально уповноважений орган з питань ліцензування веде **Єдиний ліцензійний реєстр**, який містить відомості:

- 1) про орган ліцензування, який видав нову (переоформлену) ліцензію або дублікат ліцензії;
- 2) про суб'єкт господарської діяльності, який отримав ліцензію;
- 3) про вид господарської діяльності, на провадження якого видана ліцензія;
- 4) про перелік робіт, операцій, послуг, які суб'єкт господарської діяльності має право провадити в рамках виду діяльності згідно з виданою ліцензією;
- 4) про термін дії ліцензії;
- 5) про філії, інші відокремлені підрозділи, які провадять господарську діяльність згідно з виданою копією ліцензії;
- 6) про стан ліцензії (діюча, анульована, визнана недійсною).

Щомісяця до Єдиного ліцензійного реєстру надходять відомості про понад 20 тисяч суб'єктів господарської діяльності, які отримали ліцензії, а також відомості про анульовані або визнані недійсними ліцензії.

Підставами для **анулювання** ліцензії є:

- заява ліцензіата про анулювання ліцензії;
- акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання;
- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи – підприємця;
- акт про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;
- акт про встановлення факту передачі ліцензії або її копії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності;
- акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов;
- акт про неможливість ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов, встановлених для певного виду господарської діяльності;
- акт про відмову ліцензіата в проведенні перевірки органом ліцензування або спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

Орган ліцензування приймає рішення про анулювання ліцензії протягом десяти робочих днів з дати встановлення підстав для анулювання

У разі припинення провадження зазначеного у ліцензії виду господарської діяльності за місцем провадження такої діяльності, на яке була видана копія ліцензії, ліцензіат зобов'язаний протягом десяти робочих днів з дати припинення повідомити про це орган ліцензування у письмовій формі. Орган ліцензування повинен внести відповідні зміни до ліцензійного реєстру не пізніше наступного робочого дня з дати надходження такого повідомлення.

Спеціально уповноважений орган з питань ліцензування веде **Єдиний ліцензійний реєстр**, який містить відомості:

- 1) про орган ліцензування, який видав нову (переоформлену) ліцензію або дублікат ліцензії;
- 2) про суб'єкт господарської діяльності, який отримав ліцензію;
- 3) про вид господарської діяльності, на провадження якого видана ліцензія;
- 4) про перелік робіт, операцій, послуг, які суб'єкт господарської діяльності має право провадити в рамках виду діяльності згідно з виданою ліцензією;
- 4) про термін дії ліцензії;
- 5) про філії, інші відокремлені підрозділи, які провадять господарську діяльність згідно з виданою копією ліцензії;
- 6) про стан ліцензії (діюча, анульована, визнана недійсною).

Щомісяця до Єдиного ліцензійного реєстру надходять відомості про понад 20 тисяч суб'єктів господарської діяльності, які отримали ліцензії, а також відомості про анульовані або визнані недійсними ліцензії.

Підставами для **анулювання** ліцензії є:

- заява ліцензіата про анулювання ліцензії;
- акт про повторне порушення ліцензіатом ліцензійних умов;
- рішення про скасування державної реєстрації суб'єкта господарювання;
- нотаріально засвідчена копія свідоцтва про смерть фізичної особи – підприємця;
- акт про виявлення недостовірних відомостей у документах, поданих суб'єктом господарювання для одержання ліцензії;
- акт про встановлення факту передачі ліцензії або її копії іншій юридичній або фізичній особі для провадження господарської діяльності;
- акт про невиконання розпорядження про усунення порушень ліцензійних умов;
- акт про неможливість ліцензіата забезпечити виконання ліцензійних умов, встановлених для певного виду господарської діяльності;
- акт про відмову ліцензіата в проведенні перевірки органом ліцензування або спеціально уповноваженим органом з питань ліцензування.

Орган ліцензування приймає рішення про анулювання ліцензії протягом десяти робочих днів з дати встановлення підстав для анулювання

ліцензії. Рішення про анулювання ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

Практичні рекомендації підприємцю щодо порядку дій з отримання ліцензії наведені у [191]

У сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а рівно з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), обміном готівкових валютних цінностей (у тому числі операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг, інших сферах, визначених законом, може здійснюватися **патентування** підприємницької діяльності суб'єктів господарювання.

Торговий патент – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку. **Спеціальний торговий патент** – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання на особливий порядок оподаткування відповідно до закону. Порядок патентування певних видів підприємницької діяльності встановлюється законом.

Для одержання торговельного патенту необхідно представити в податкові органи по місцю проведення підприємницької діяльності відповідну заявку. Заявка на придбання торговельного патенту повинна містити наступні реквізити:

- найменування суб'єкта підприємницької діяльності;
- витяг з установчих документів про юридичну адресу суб'єкта підприємницької діяльності, а у випадку, якщо патент здобувається для структурного (окремого) підрозділу, із вказівкою цього місця;
- вид підприємницької діяльності, здійснення якого вимагає придбання торговельного патенту;
- найменування документа про повну або часткову оплату вартості торговельного патенту.

Установлення будь-яких додаткових умов для придбання торговельного патенту не дозволяється.

Торговельний патент видається за плату суб'єктам підприємницької діяльності державними податковими органами по місцю розташування цих суб'єктів або місцю розташування їх структурних (окремих) підрозділів, суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), – по місцю розташування пункту продажу товарів або пункту по наданню побутових послуг, а суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснює торгівлю через пересувну торговельну мережу, – по місцю реєстрації цих суб'єктів. Термін дії торговельного патенту на здійснення торговельної діяльності становить 12 календарних

ліцензії. Рішення про анулювання ліцензії може бути оскаржено у судовому порядку.

Практичні рекомендації підприємцю щодо порядку дій з отримання ліцензії наведені у [191]

У сферах, пов'язаних із торгівлею за грошові кошти (готівку, чеки, а рівно з використанням інших форм розрахунків та платіжних карток на території України), обміном готівкових валютних цінностей (у тому числі операції з готівковими платіжними засобами, вираженими в іноземній валюті, та з платіжними картками), у сфері грального бізнесу та побутових послуг, інших сферах, визначених законом, може здійснюватися **патентування** підприємницької діяльності суб'єктів господарювання.

Торговий патент – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання займатися певними видами підприємницької діяльності впродовж встановленого строку. **Спеціальний торговий патент** – це державне свідоцтво, яке засвідчує право суб'єкта господарювання на особливий порядок оподаткування відповідно до закону. Порядок патентування певних видів підприємницької діяльності встановлюється законом.

Для одержання торговельного патенту необхідно представити в податкові органи по місцю проведення підприємницької діяльності відповідну заявку. Заявка на придбання торговельного патенту повинна містити наступні реквізити:

- найменування суб'єкта підприємницької діяльності;
- витяг з установчих документів про юридичну адресу суб'єкта підприємницької діяльності, а у випадку, якщо патент здобувається для структурного (окремого) підрозділу, із вказівкою цього місця;
- вид підприємницької діяльності, здійснення якого вимагає придбання торговельного патенту;
- найменування документа про повну або часткову оплату вартості торговельного патенту.

Установлення будь-яких додаткових умов для придбання торговельного патенту не дозволяється.

Торговельний патент видається за плату суб'єктам підприємницької діяльності державними податковими органами по місцю розташування цих суб'єктів або місцю розташування їх структурних (окремих) підрозділів, суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснюють торговельну діяльність або надають побутові послуги (крім пересувної торговельної мережі), – по місцю розташування пункту продажу товарів або пункту по наданню побутових послуг, а суб'єктам підприємницької діяльності, що здійснює торгівлю через пересувну торговельну мережу, – по місцю реєстрації цих суб'єктів. Термін дії торговельного патенту на здійснення торговельної діяльності становить 12 календарних

місяців. Термін дії короткострокового торговельного патенту на здійснення торговельної діяльності становить від 1 до 15 днів.

У необхідних випадках держава застосовує **квотування**, встановлюючи граничний обсяг (квоти) виробництва чи обігу певних товарів і послуг. Порядок квотування виробництва та/або обігу (включаючи експорт та імпорт), а також розподілу квот встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Ліцензування, патентування певних видів господарської діяльності та квотування є засобами державного регулювання у складі дозвільної системи у сфері господарської діяльності.

Дозвільна система – сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру. Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання отримання документів дозвільного характеру, необхідність отримання яких не передбачена законом та які не внесені до Переліку документів, затвердженого законом (на 1.01.2012 року – 143 документи) [36] (див. додаток А).

Документ дозвільного характеру – дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво, інший документ, який дозвільний орган зобов'язаний видати суб'єкту господарювання у разі надання йому права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності. Строк видачі документів дозвільного характеру становить десять робочих днів, якщо інше не встановлено законом (Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»). У разі, якщо суб'єкт господарювання подав заяву та необхідні документи для отримання того чи іншого дозволу, а протягом десяти днів не отримав ні дозволу, ні відмови про надання дозволу, застосовується принцип мовчазної згоди.

Принцип мовчазної згоди означає право суб'єкта господарювання провадити господарську діяльність певного виду (видів) без отримання документу дозвільного характеру (якщо документ дозвільного характеру або рішення про відмову у його видачі не видано) у термін встановлений законом, у разі подання ним всіх необхідних документів до уповноваженого органу. Копія опису прийнятих документів з відміткою про дату їх прийняття є підтвердженням подання заяви та документів адміністратору або дозвільному органу.

Декларативний принцип – це принцип, за яким підприємець отримує право на здійснення певної діяльності без отримання дозволу, шляхом повідомлення (самостійно або через адміністратора) дозвільного органу про відповідність своєї матеріально-технічної бази вимогам чинного законодавства. Перелік певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів діяльності, які не можуть провадитися на підставі декларації, затверджений постановою Кабінету Міністрів України

місяців. Термін дії короткострокового торговельного патенту на здійснення торговельної діяльності становить від 1 до 15 днів.

У необхідних випадках держава застосовує **квотування**, встановлюючи граничний обсяг (квоти) виробництва чи обігу певних товарів і послуг. Порядок квотування виробництва та/або обігу (включаючи експорт та імпорт), а також розподілу квот встановлюється Кабінетом Міністрів України.

Ліцензування, патентування певних видів господарської діяльності та квотування є засобами державного регулювання у складі дозвільної системи у сфері господарської діяльності.

Дозвільна система – сукупність урегульованих законодавством відносин, які виникають між дозвільними органами та суб'єктами господарювання у зв'язку з видачею документів дозвільного характеру. Забороняється вимагати від суб'єктів господарювання отримання документів дозвільного характеру, необхідність отримання яких не передбачена законом та які не внесені до Переліку документів, затвердженого законом (на 1.01.2012 року – 143 документи) [36] (див. додаток А).

Документ дозвільного характеру – дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво, інший документ, який дозвільний орган зобов'язаний видати суб'єкту господарювання у разі надання йому права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності. Строк видачі документів дозвільного характеру становить десять робочих днів, якщо інше не встановлено законом (Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності»). У разі, якщо суб'єкт господарювання подав заяву та необхідні документи для отримання того чи іншого дозволу, а протягом десяти днів не отримав ні дозволу, ні відмови про надання дозволу, застосовується принцип мовчазної згоди.

Принцип мовчазної згоди означає право суб'єкта господарювання провадити господарську діяльність певного виду (видів) без отримання документу дозвільного характеру (якщо документ дозвільного характеру або рішення про відмову у його видачі не видано) у термін встановлений законом, у разі подання ним всіх необхідних документів до уповноваженого органу. Копія опису прийнятих документів з відміткою про дату їх прийняття є підтвердженням подання заяви та документів адміністратору або дозвільному органу.

Декларативний принцип – це принцип, за яким підприємець отримує право на здійснення певної діяльності без отримання дозволу, шляхом повідомлення (самостійно або через адміністратора) дозвільного органу про відповідність своєї матеріально-технічної бази вимогам чинного законодавства. Перелік певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів діяльності, які не можуть провадитися на підставі декларації, затверджений постановою Кабінету Міністрів України

№ 725 від 25.08.2010. Він включає 91 вид дозвільних документів, які регламентують 144 дії та види діяльності. Будь-який інший вид діяльності, не вказаний в урядовій постанові, відповідно до закону, суб'єкт господарювання має право започатковувати після декларування відповідності матеріально-технічного стану вимогам законодавства [12].

З метою забезпечення прозорості видачі документів дозвільного характеру місцеві дозвільні органи розробляють регламенти (інформаційні картки), які містять послідовність дій стосовно отримання кожного виду документу дозвільного характеру.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. З прізвиськами яких вчених пов'язана історія розвитку теорії підприємництва?
2. Назвіть характерні риси підприємництва
3. Назвіть теоретичні моделі та функції підприємництва
4. В чому полягає відмінність термінів «підприємництво» та «бізнес»?
5. Яка роль підприємництва у суспільстві?
6. Назвіть макроекономічні передумови підприємницької діяльності
7. Як визначає сутність підприємництва Господарський кодекс України?
8. Назвіть принципи підприємницької діяльності
9. Назвіть можливих суб'єктів підприємницької діяльності в Україні та обмеження щодо суб'єктів її здійснення
10. Які права та зобов'язання має суб'єкт підприємницької діяльності?
11. Назвіть функції, інструменти та засоби державного регулювання підприємництва
12. Які є органи державного регулювання підприємництва в Україні?
13. Які заходи передбачає державна підтримка підприємництва в Україні?
14. Назвіть форми захисту прав підприємців
15. Назвіть права споживачів
16. Охарактеризуйте структуру системи захисту прав споживачів України
17. Чого може вимагати споживач у разі виявлення недоліків придбаного товару?
18. Яка інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару?
19. Які типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності передбачено законодавчими актами України?
20. Наведіть приклади видів господарської діяльності, що потребують ліцензування
21. Визначить поняття «ліцензія», «ліцензіат», «ліцензійні умови»
22. Які є підстави для переоформлення ліцензії?
23. До яких видів господарської діяльності може застосовуватись патентування?
24. Що означає принцип мовчазної згоди та декларативний принцип?

№ 725 від 25.08.2010. Він включає 91 вид дозвільних документів, які регламентують 144 дії та види діяльності. Будь-який інший вид діяльності, не вказаний в урядовій постанові, відповідно до закону, суб'єкт господарювання має право започатковувати після декларування відповідності матеріально-технічного стану вимогам законодавства [12].

З метою забезпечення прозорості видачі документів дозвільного характеру місцеві дозвільні органи розробляють регламенти (інформаційні картки), які містять послідовність дій стосовно отримання кожного виду документу дозвільного характеру.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. З прізвиськами яких вчених пов'язана історія розвитку теорії підприємництва?
2. Назвіть характерні риси підприємництва
3. Назвіть теоретичні моделі та функції підприємництва
4. В чому полягає відмінність термінів «підприємництво» та «бізнес»?
5. Яка роль підприємництва у суспільстві?
6. Назвіть макроекономічні передумови підприємницької діяльності
7. Як визначає сутність підприємництва Господарський кодекс України?
8. Назвіть принципи підприємницької діяльності
9. Назвіть можливих суб'єктів підприємницької діяльності в Україні та обмеження щодо суб'єктів її здійснення
10. Які права та зобов'язання має суб'єкт підприємницької діяльності?
11. Назвіть функції, інструменти та засоби державного регулювання підприємництва
12. Які є органи державного регулювання підприємництва в Україні?
13. Які заходи передбачає державна підтримка підприємництва в Україні?
14. Назвіть форми захисту прав підприємців
15. Назвіть права споживачів
16. Охарактеризуйте структуру системи захисту прав споживачів України
17. Чого може вимагати споживач у разі виявлення недоліків придбаного товару?
18. Яка інформація повинна бути надана споживачеві до придбання ним товару?
19. Які типи обмежень у здійсненні певних видів підприємницької діяльності передбачено законодавчими актами України?
20. Наведіть приклади видів господарської діяльності, що потребують ліцензування
21. Визначить поняття «ліцензія», «ліцензіат», «ліцензійні умови»
22. Які є підстави для переоформлення ліцензії?
23. До яких видів господарської діяльності може застосовуватись патентування?
24. Що означає принцип мовчазної згоди та декларативний принцип?

ГАЛУЗІ ТА ВИДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 2.1 Види господарської діяльності та їх класифікація
- 2.2 Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність
- 2.3 Торговельне підприємництво
- 2.4 Фінансове підприємництво
- 2.5 Підприємницька діяльність у сфері послуг

2.1 Види господарської діяльності та їх класифікація

Будь-яке підприємництво тією чи іншою мірою пов'язане з основними фазами відтворювального циклу – виробництвом продукції, виконанням робіт і наданням послуг, обміном і розподілом товарів, а також їх споживанням. Згідно з цим і виокремлюються види підприємницької діяльності.

У навчальній літературі з питань підприємництва присутні різні погляди на класифікацію видів підприємницької діяльності, найбільш поширеним є поділ підприємництва на такі **основні види**:

1) **виробниче** підприємництво – це діяльність з виробництва продукції і надання послуг матеріального характеру. Наприклад, діяльність підприємств галузі машинобудування, харчової промисловості, будівництва, транспорту;

2) **торговельне** підприємництво – діяльність у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує її реалізацію шляхом надання відповідних послуг. Наприклад, до сфери торговельного підприємництва відносяться торгові дома, оптові бази, підприємства роздрібної торгівлі; товарні біржі; діяльність комівояжера, дистриб'ютора, брокера, дилера на товарній біржі, комісонера, консигнанта;

3) **фінансове** підприємництво, що пов'язане з обігом вартостей. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання включає грошове та інше фінансове посередництво, страхування, а також допоміжну діяльність у сфері фінансів і страхування. Наприклад, до цієї сфери відносяться комерційні банки, фондові, валютні біржі, інвестиційні, страхові, аудиторські фірми.

Останнім часом виділяють окремим видом **інформаційне** підприємництво (інжинірингова, консультативна (консалтингова) діяльність, проведення маркетингових досліджень, послуги з використання комп'ютерних технологій, електронного бізнесу).

ГАЛУЗІ ТА ВИДИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 2.1 Види господарської діяльності та їх класифікація
- 2.2 Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність
- 2.3 Торговельне підприємництво
- 2.4 Фінансове підприємництво
- 2.5 Підприємницька діяльність у сфері послуг

2.1 Види господарської діяльності та їх класифікація

Будь-яке підприємництво тією чи іншою мірою пов'язане з основними фазами відтворювального циклу – виробництвом продукції, виконанням робіт і наданням послуг, обміном і розподілом товарів, а також їх споживанням. Згідно з цим і виокремлюються види підприємницької діяльності.

У навчальній літературі з питань підприємництва присутні різні погляди на класифікацію видів підприємницької діяльності, найбільш поширеним є поділ підприємництва на такі **основні види**:

1) **виробниче** підприємництво – це діяльність з виробництва продукції і надання послуг матеріального характеру. Наприклад, діяльність підприємств галузі машинобудування, харчової промисловості, будівництва, транспорту;

2) **торговельне** підприємництво – діяльність у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує її реалізацію шляхом надання відповідних послуг. Наприклад, до сфери торговельного підприємництва відносяться торгові дома, оптові бази, підприємства роздрібної торгівлі; товарні біржі; діяльність комівояжера, дистриб'ютора, брокера, дилера на товарній біржі, комісонера, консигнанта;

3) **фінансове** підприємництво, що пов'язане з обігом вартостей. Фінансова діяльність суб'єктів господарювання включає грошове та інше фінансове посередництво, страхування, а також допоміжну діяльність у сфері фінансів і страхування. Наприклад, до цієї сфери відносяться комерційні банки, фондові, валютні біржі, інвестиційні, страхові, аудиторські фірми.

Останнім часом виділяють окремим видом **інформаційне** підприємництво (інжинірингова, консультативна (консалтингова) діяльність, проведення маркетингових досліджень, послуги з використання комп'ютерних технологій, електронного бізнесу).

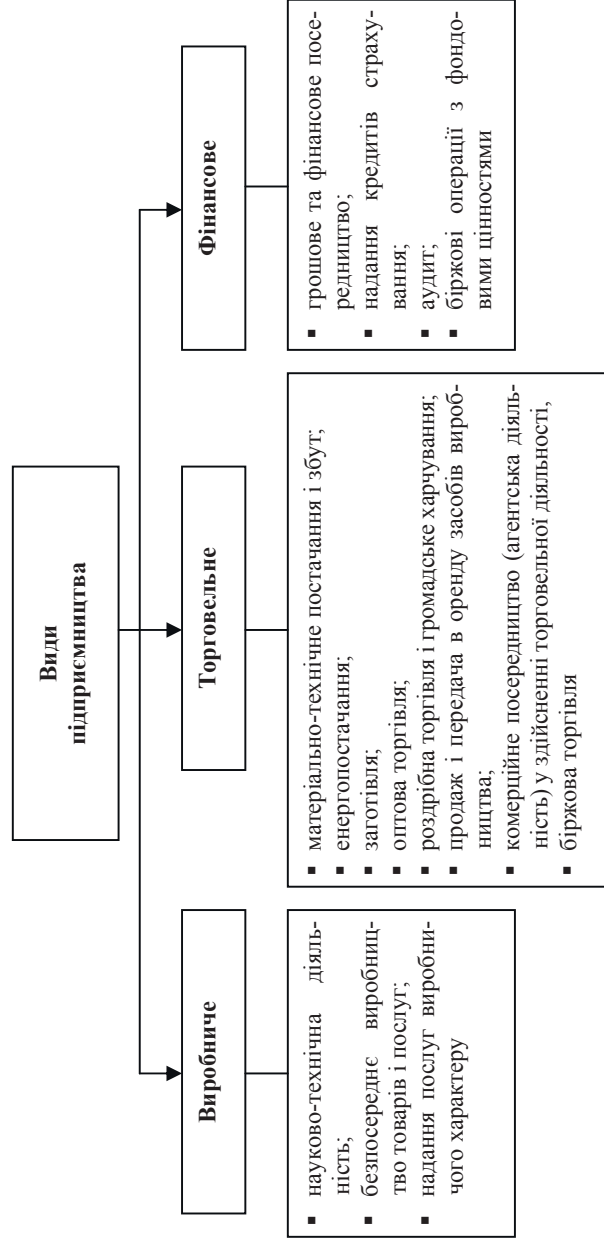


Рисунок 2.1 – Основні види підприємництва

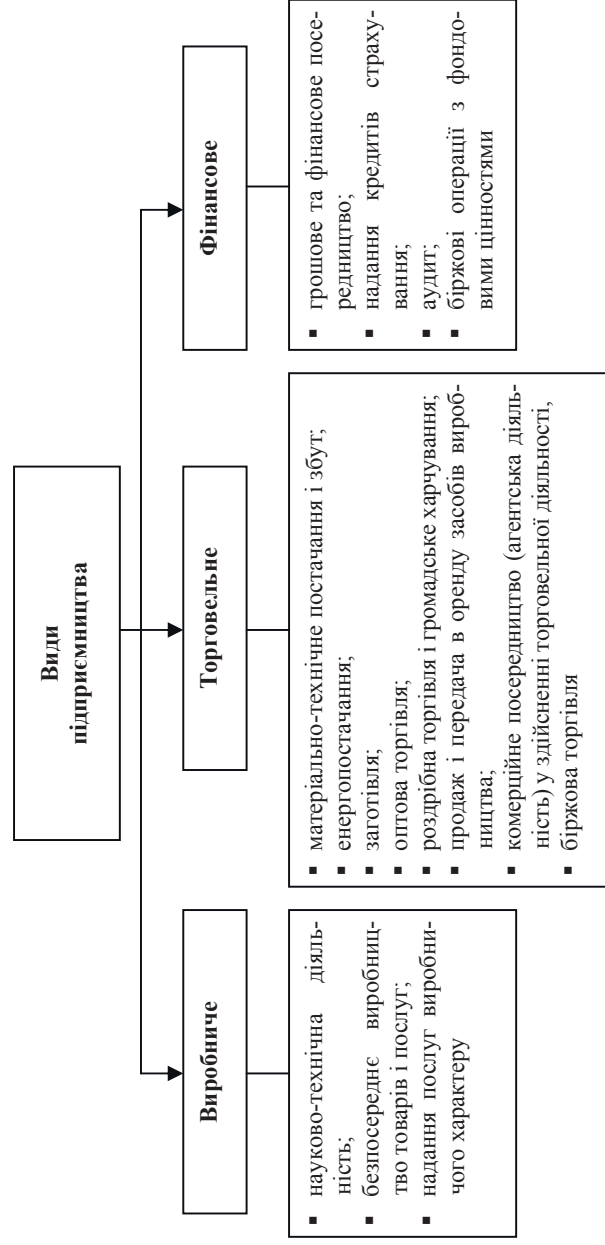


Рисунок 2.1 – Основні види підприємництва

Перспективним видом підприємництва є надання різноманітних **послуг** як підприємцям, так і населенню. В індустріально розвинутих країнах у сфері послуг зайнято до 75-80% працездатного населення, в Україні – 12,5% [113].

Будучи відносно самостійними, види підприємницької діяльності взаємно переплітаються, доповнюють один одного. При цьому пріоритет треба віддати виробничому підприємству. Ця діяльність здійснюється підприємствами, що виготовляють різноманітну продукцію, виконують будівельні, ремонтні та інші роботи. Ці підприємства можуть і самі реалізувати свою продукцію, але головна їх функція – виробництво.

Виробниче підприємство є найважливішим, визначальним, провідним видом підприємницької діяльності. Воно також є найбільш складною справою, адже для цього потрібні приміщення, виробниче обладнання, надійні постачальники сировини та матеріалів, робітники відповідної кваліфікації, значний стартовий капітал. Тому значна частина вітчизняних підприємців віддає перевагу торговельному та фінансовому підприємству. Однак без виробничого підприємства, торговельний бізнес на національному рівні не мав би матеріальної основи, залишилася б лише можливість торгувати імпортованими товарами. Виробниче підприємство тісно пов'язане з бізнесом у сфері обігу, сприяє йому. Товари, що виробляються, необхідно продавати, обмінювати на гроші або на інші товари. З історії розвитку підприємства видно, що бізнес у сфері ремесел породжував купецький бізнес (комерційне підприємство). При цьому виробництво не завжди займало активну позицію. Комерційний бізнес, зокрема торгівля, яка мала попит на товари, значно активізувала виробниче підприємство.

Найбільший розвиток у період переходу до ринку в Україні одержало торговельне підприємство. При веденні справ в сфері торгівлі немає необхідності купувати коштовне виробниче обладнання, мати в розпорядженні відповідні технології виготовлення продукції та кваліфікованих робітників, витрачати певний час на виробничий цикл виготовлення виробу. Вкладений у торгівлі операції капітал швидко обертається та приносить прибуток. Тому саме сюди направили свої зусилля багато енергійних, ініціативних людей.

Суб'єкти підприємницької діяльності можуть здійснювати різні види господарської діяльності, особливості яких враховуються у правовому регулюванні діяльності та у здійсненні державного управління.

Згідно з Господарським Кодексом України **вид господарської (економічної) діяльності** має місце у разі об'єднання ресурсів (устаткування, технологічних засобів, сировини та матеріалів, робочої сили) для створення виробництва певної продукції або надання послуг. Окремий вид діяльності може складатися з єдиного простого процесу або охоплювати ряд процесів, кожний з яких входить до відповідної категорії класифікації.

Перспективним видом підприємництва є надання різноманітних **послуг** як підприємцям, так і населенню. В індустріально розвинутих країнах у сфері послуг зайнято до 75-80% працездатного населення, в Україні – 12,5% [113].

Будучи відносно самостійними, види підприємницької діяльності взаємно переплітаються, доповнюють один одного. При цьому пріоритет треба віддати виробничому підприємству. Ця діяльність здійснюється підприємствами, що виготовляють різноманітну продукцію, виконують будівельні, ремонтні та інші роботи. Ці підприємства можуть і самі реалізувати свою продукцію, але головна їх функція – виробництво.

Виробниче підприємство є найважливішим, визначальним, провідним видом підприємницької діяльності. Воно також є найбільш складною справою, адже для цього потрібні приміщення, виробниче обладнання, надійні постачальники сировини та матеріалів, робітники відповідної кваліфікації, значний стартовий капітал. Тому значна частина вітчизняних підприємців віддає перевагу торговельному та фінансовому підприємству. Однак без виробничого підприємства, торговельний бізнес на національному рівні не мав би матеріальної основи, залишилася б лише можливість торгувати імпортованими товарами. Виробниче підприємство тісно пов'язане з бізнесом у сфері обігу, сприяє йому. Товари, що виробляються, необхідно продавати, обмінювати на гроші або на інші товари. З історії розвитку підприємства видно, що бізнес у сфері ремесел породжував купецький бізнес (комерційне підприємство). При цьому виробництво не завжди займало активну позицію. Комерційний бізнес, зокрема торгівля, яка мала попит на товари, значно активізувала виробниче підприємство.

Найбільший розвиток у період переходу до ринку в Україні одержало торговельне підприємство. При веденні справ в сфері торгівлі немає необхідності купувати коштовне виробниче обладнання, мати в розпорядженні відповідні технології виготовлення продукції та кваліфікованих робітників, витрачати певний час на виробничий цикл виготовлення виробу. Вкладений у торгівлі операції капітал швидко обертається та приносить прибуток. Тому саме сюди направили свої зусилля багато енергійних, ініціативних людей.

Суб'єкти підприємницької діяльності можуть здійснювати різні види господарської діяльності, особливості яких враховуються у правовому регулюванні діяльності та у здійсненні державного управління.

Згідно з Господарським Кодексом України **вид господарської (економічної) діяльності** має місце у разі об'єднання ресурсів (устаткування, технологічних засобів, сировини та матеріалів, робочої сили) для створення виробництва певної продукції або надання послуг. Окремий вид діяльності може складатися з єдиного простого процесу або охоплювати ряд процесів, кожний з яких входить до відповідної категорії класифікації.

Сукупність усіх виробничих одиниць, які здійснюють переважно однакові або подібні види діяльності, складає **галузь**. Загальна класифікація галузей національного господарства є складовою частиною єдиної системи класифікації і кодування техніко-економічної та статистичної інформації.

До **сфери матеріального виробництва** належать галузі, які визначаються видами діяльності, що створюють, відновлюють або знаходять матеріальні блага (продукцію, енергію, природні ресурси), а також продовжують виробництво у сфері обігу (реалізації) шляхом переміщення, зберігання, сортування, пакування продукції чи інших видів діяльності. До даної сфери належать суб'єкти господарювання в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, торгівлі, транспорту, зв'язку та інших послуг виробничого характеру.

Усі інші види діяльності у сукупності становлять сферу нематеріального виробництва (**невиробничу сферу**) (рисунок 2.2).



Рисунок 2.2 – Сфери та галузі національної економіки

Сукупність усіх виробничих одиниць, які здійснюють переважно однакові або подібні види діяльності, складає **галузь**. Загальна класифікація галузей національного господарства є складовою частиною єдиної системи класифікації і кодування техніко-економічної та статистичної інформації.

До **сфери матеріального виробництва** належать галузі, які визначаються видами діяльності, що створюють, відновлюють або знаходять матеріальні блага (продукцію, енергію, природні ресурси), а також продовжують виробництво у сфері обігу (реалізації) шляхом переміщення, зберігання, сортування, пакування продукції чи інших видів діяльності. До даної сфери належать суб'єкти господарювання в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, торгівлі, транспорту, зв'язку та інших послуг виробничого характеру.

Усі інші види діяльності у сукупності становлять сферу нематеріального виробництва (**невиробничу сферу**) (рисунок 2.2).



Рисунок 2.2 – Сфери та галузі національної економіки

У галузях матеріального виробництва здійснюється виробництво матеріальних благ, призначених як для використання у сфері виробництва в якості засобів виробництва (продукція виробничо-технічного призначення), так і для використання у сфері особистого споживання (вироби народного споживання).

Центральним органом виконавчої влади з питань стандартизації затверджений державний стандарт України – **Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД)**. Класифікацію видів економічної діяльності створено на основі НАСЕ (Rev. 2), упроваджені Регламентом (ЄС) Європейського парламенту та ради від 20 грудня 2006 року N 1893/2006.

Об'єктами класифікації у КВЕД є види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців, що їх на вищих рівнях класифікації групують у галузі.

Найбільш узагальнені угруповання видів економічної діяльності на рівні секцій КВЕД дають змогу виділити основні галузі економіки. Але деякі з них поєднують кілька галузей.

КВЕД побудовано за ієрархічною системою кодування із застосуванням літерно-цифрового коду. Літерні позначки секцій використовують як рубрикатор і їх не використовують у кодуванні. Подальшу деталізацію секцій КВЕД – розділ, група, клас – позначають цифровими кодами.

Структура кодового позначення об'єкта КВЕД

У XX.XX,

де У – секція (літери латинської абетки від А до U)

XX – розділ

XX.X – група

XX.XX – клас

КВЕД згармонізовано на рівні У XX (розділ) з Міжнародною стандартною галузевою класифікацією всіх видів економічної діяльності (ISIC, Rev. 4 – 2008) та на рівні У XX.XX (клас) – з Класифікацією видів економічної діяльності ЄС (НАСЕ, Rev. 2 – 2006). **Основне призначення КВЕД** – визначати та кодувати основні та другорядні види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців.

Для віднесення суб'єкта господарювання до відповідної категорії обліку визначаються основні, другорядні та допоміжні види господарської діяльності.

Основний вид економічної діяльності – вид діяльності статистичної одиниці, на який припадає найбільший внесок у валову додану вартість (або визначений інший критерій). Другорядні види економічної діяльності – це будь-які інші (крім основного) види економічної діяльності суб'єкта з виробництва товарів або надання послуг.

У галузях матеріального виробництва здійснюється виробництво матеріальних благ, призначених як для використання у сфері виробництва в якості засобів виробництва (продукція виробничо-технічного призначення), так і для використання у сфері особистого споживання (вироби народного споживання).

Центральним органом виконавчої влади з питань стандартизації затверджений державний стандарт України – **Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД)**. Класифікацію видів економічної діяльності створено на основі НАСЕ (Rev. 2), упроваджені Регламентом (ЄС) Європейського парламенту та ради від 20 грудня 2006 року N 1893/2006.

Об'єктами класифікації у КВЕД є види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб і фізичних осіб – підприємців, що їх на вищих рівнях класифікації групують у галузі.

Найбільш узагальнені угруповання видів економічної діяльності на рівні секцій КВЕД дають змогу виділити основні галузі економіки. Але деякі з них поєднують кілька галузей.

КВЕД побудовано за ієрархічною системою кодування із застосуванням літерно-цифрового коду. Літерні позначки секцій використовують як рубрикатор і їх не використовують у кодуванні. Подальшу деталізацію секцій КВЕД – розділ, група, клас – позначають цифровими кодами.

Структура кодового позначення об'єкта КВЕД

У XX.XX,

де У – секція (літери латинської абетки від А до U)

XX – розділ

XX.X – група

XX.XX – клас

КВЕД згармонізовано на рівні У XX (розділ) з Міжнародною стандартною галузевою класифікацією всіх видів економічної діяльності (ISIC, Rev. 4 – 2008) та на рівні У XX.XX (клас) – з Класифікацією видів економічної діяльності ЄС (НАСЕ, Rev. 2 – 2006). **Основне призначення КВЕД** – визначати та кодувати основні та другорядні види економічної діяльності юридичних осіб, відокремлених підрозділів юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців.

Для віднесення суб'єкта господарювання до відповідної категорії обліку визначаються основні, другорядні та допоміжні види господарської діяльності.

Основний вид економічної діяльності – вид діяльності статистичної одиниці, на який припадає найбільший внесок у валову додану вартість (або визначений інший критерій). Другорядні види економічної діяльності – це будь-які інші (крім основного) види економічної діяльності суб'єкта з виробництва товарів або надання послуг.

Допоміжні види економічної діяльності – це види діяльності, які виконують переважно у сфері послуг, а їх результати використовує сам суб'єкт задля обслуговування його основного та другорядних видів економічної діяльності (керування підприємством, бухгалтерський облік, транспортування, складування, закупівля, збут, ремонт, технічне обслуговування тощо).

Класифікатор видів економічної діяльності, прийнятий у 2005 році, дійсний до 1 січня 2012 року, далі вступає в силу новий КВЕД ДК 009:2010 [4].

Нижче наведені **(секції) КВЕД ДК 009:2010**:

Секція А – Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство

Секція В – Добувна промисловість і розроблення кар'єрів

Секція С – Переробна промисловість

Секція D – Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря

Секція Е – Водопостачання; каналізація, поводження з відходами

Секція F – Будівництво

Секція G – Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів

Секція H – Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність

Секція I – Тимчасове розміщування й організація харчування

Секція J – Інформація та телекомунікації

Секція K – Фінансова та страхова діяльність

Секція L – Операції з нерухомим майном

Секція M – Професійна, наукова та технічна діяльність

Секція N – Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування

Секція O – Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування

Секція P – Освіта

Секція Q – Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги

Секція R – Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок

Секція S – Надання інших видів послуг

Секція T – Діяльність домашніх господарств

Секція U – Діяльність екстериторіальних організацій і органів

Класифікація видів економічної діяльності має велике значення, тому що коди КВЕД фактично присутні в усіх базах даних органів влади України. КВЕД використовується при реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців.

Кількість суб'єктів господарювання за даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) та Державного комітету статистики України наведена в таблиці 2.1.

Допоміжні види економічної діяльності – це види діяльності, які виконують переважно у сфері послуг, а їх результати використовує сам суб'єкт задля обслуговування його основного та другорядних видів економічної діяльності (керування підприємством, бухгалтерський облік, транспортування, складування, закупівля, збут, ремонт, технічне обслуговування тощо).

Класифікатор видів економічної діяльності, прийнятий у 2005 році, дійсний до 1 січня 2012 року, далі вступає в силу новий КВЕД ДК 009:2010 [4].

Нижче наведені **(секції) КВЕД ДК 009:2010**:

Секція А – Сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство

Секція В – Добувна промисловість і розроблення кар'єрів

Секція С – Переробна промисловість

Секція D – Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря

Секція Е – Водопостачання; каналізація, поводження з відходами

Секція F – Будівництво

Секція G – Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів

Секція H – Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність

Секція I – Тимчасове розміщування й організація харчування

Секція J – Інформація та телекомунікації

Секція K – Фінансова та страхова діяльність

Секція L – Операції з нерухомим майном

Секція M – Професійна, наукова та технічна діяльність

Секція N – Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування

Секція O – Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування

Секція P – Освіта

Секція Q – Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги

Секція R – Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок

Секція S – Надання інших видів послуг

Секція T – Діяльність домашніх господарств

Секція U – Діяльність екстериторіальних організацій і органів

Класифікація видів економічної діяльності має велике значення, тому що коди КВЕД фактично присутні в усіх базах даних органів влади України. КВЕД використовується при реєстрації юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців.

Кількість суб'єктів господарювання за даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) та Державного комітету статистики України наведена в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Кількість суб'єктів ЄДРПОУ за видами економічної діяльності [117].

Види економічної діяльності	На 1.01.2010	На 1.07.2011
Усього. в тому числі	1258513	1314720
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	85471	85659
Рибальство, рибництво	2064	2200
Промисловість	125303	129210
▪ добувна промисловість	4921	5160
▪ переробна промисловість	114726	118208
▪ виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	5656	5842
Будівництво	90402	91905
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	313257	329422
Діяльність готелів та ресторанів	22340	23251
Діяльність транспорту та зв'язку	40608	44811
Фінансова діяльність	18629	18314
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	167626	182624
Державне управління	51888	52179
Освіта	45541	46797
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	33202	35316
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	170186	182568

Співвідношення обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності у 2010 році наведено на рис. 2.3. Як бачимо, найбільшу частку становлять обсяги реалізації промисловості та торгівлі.

Таблиця 2.1 – Кількість суб'єктів ЄДРПОУ за видами економічної діяльності [117].

Види економічної діяльності	На 1.01.2010	На 1.07.2011
Усього. в тому числі	1258513	1314720
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	85471	85659
Рибальство, рибництво	2064	2200
Промисловість	125303	129210
▪ добувна промисловість	4921	5160
▪ переробна промисловість	114726	118208
▪ виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	5656	5842
Будівництво	90402	91905
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	313257	329422
Діяльність готелів та ресторанів	22340	23251
Діяльність транспорту та зв'язку	40608	44811
Фінансова діяльність	18629	18314
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	167626	182624
Державне управління	51888	52179
Освіта	45541	46797
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	33202	35316
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	170186	182568

Співвідношення обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності у 2010 році наведено на рис. 2.3. Як бачимо, найбільшу частку становлять обсяги реалізації промисловості та торгівлі.

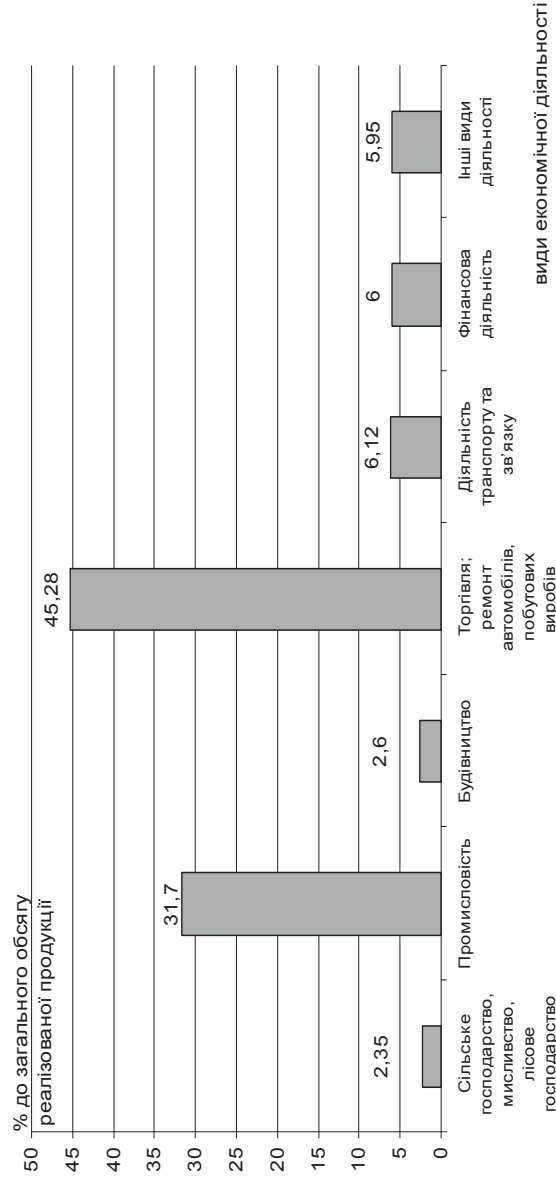


Рисунок 2.3 – Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності у 2010 році (за даними Державного комітету статистики України)

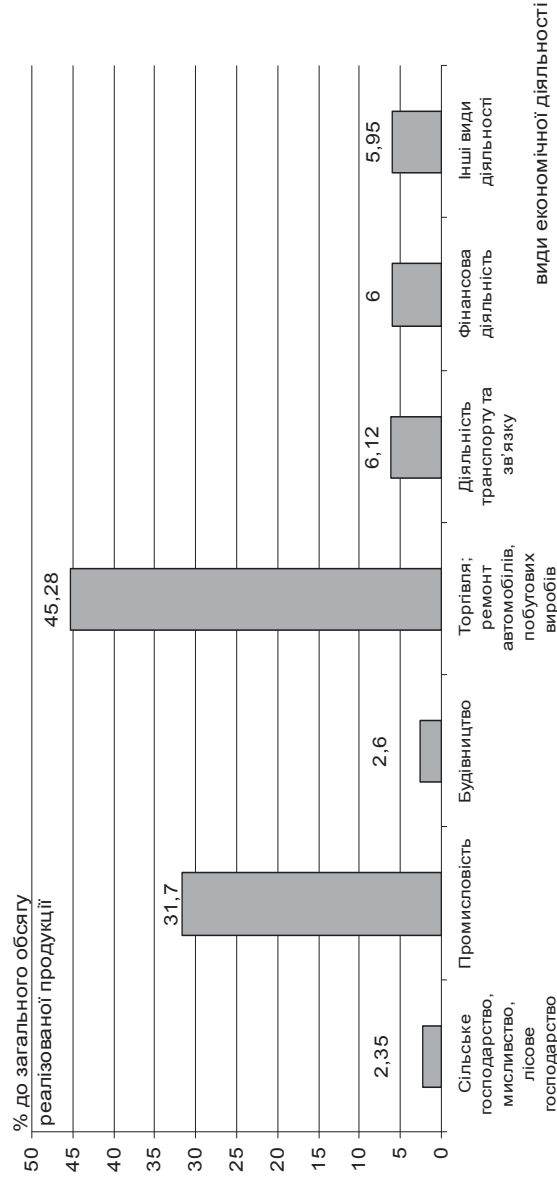


Рисунок 2.3 – Обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності у 2010 році (за даними Державного комітету статистики України)

2.2 Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність

Промисловість – найважливіша структурна ланка (сектор) господарського комплексу України. На неї припадає 1/3 основних фондів, понад 35% зайнятого населення, Провідна роль промисловості в економіці України визначається, перш за все, тим, що, забезпечуючи всі галузі народного господарства знаряддями праці та новими матеріалами, вона є найбільш активним фактором науково-технічного прогресу і розширеного відтворення в цілому. Промисловість розміщена на території держави досить нерівномірно. Найбільша концентрація її склалася в Донецькому районі (Донецька і Луганська області) та Придніпров'ї (Дніпропетровська і Запорізька області). Машинобудування є однією з провідних галузей промисловості України, де зосереджено 20 % основних засобів промисловості. Значні частки в обсязі промислової продукції припадають на металургію, добувну, хімічну, легку, харчову промисловість. Промислове виробництво в Україні в основному характеризується використанням застарілих технологій та обладнання, а також високим рівнем енергоємності.

Промисловість, яка займається виготовленням засобів виробництва (машини, обладнання, верстати та ін.), відноситься до групи «А», а предметів споживання (легкові автомобілі, пральні машини, холодильники, товари широкого споживання та ін.) – до групи «Б». Промисловість поділяється на добувну, переробну, а також виробництво та розподілення електроенергії, газу та води.

Добувна промисловість займається видобутком різних видів палива і сировини з надр Землі (вугільна, нафтодобувна, газодобувна), тому її розвиток і поширення залежать від розміщення і запасів корисних копалин. До переробної промисловості відносяться галузі, які займаються обробкою чи переробкою сировини і напівфабрикатів (металургійна, машинобудування, хімічна, деревообробна, целюлозно-паперова, будівельних матеріалів, поліграфічна, легка, харчова та ін.).

Перероблення – це технологічний процес, здійснення якого змінює форму, властивості або склад сировини, напівфабрикатів або, в окремих випадках, готової продукції з метою отримання нової продукції. Оброблення – це технологічний процес, який здійснюється з метою збереження певних видів продукції, надання їм деяких властивостей або для упередження шкідливого впливу, який може виявлятися у результаті їх використання. Наприклад, оброблення сільськогосподарських культур, деревини, металів або оброблення відходів. Готова промислова продукція – це продукція, процес перероблення якої завершено. Напівфабрикати – це продукція, яка вже зазнала певних видів перероблення, але ще

2.2 Підприємницька діяльність в галузях промисловості, сільського, лісового господарства, будівництва, транспорту. Інноваційна діяльність

Промисловість – найважливіша структурна ланка (сектор) господарського комплексу України. На неї припадає 1/3 основних фондів, понад 35% зайнятого населення, Провідна роль промисловості в економіці України визначається, перш за все, тим, що, забезпечуючи всі галузі народного господарства знаряддями праці та новими матеріалами, вона є найбільш активним фактором науково-технічного прогресу і розширеного відтворення в цілому. Промисловість розміщена на території держави досить нерівномірно. Найбільша концентрація її склалася в Донецькому районі (Донецька і Луганська області) та Придніпров'ї (Дніпропетровська і Запорізька області). Машинобудування є однією з провідних галузей промисловості України, де зосереджено 20 % основних засобів промисловості. Значні частки в обсязі промислової продукції припадають на металургію, добувну, хімічну, легку, харчову промисловість. Промислове виробництво в Україні в основному характеризується використанням застарілих технологій та обладнання, а також високим рівнем енергоємності.

Промисловість, яка займається виготовленням засобів виробництва (машини, обладнання, верстати та ін.), відноситься до групи «А», а предметів споживання (легкові автомобілі, пральні машини, холодильники, товари широкого споживання та ін.) – до групи «Б». Промисловість поділяється на добувну, переробну, а також виробництво та розподілення електроенергії, газу та води.

Добувна промисловість займається видобутком різних видів палива і сировини з надр Землі (вугільна, нафтодобувна, газодобувна), тому її розвиток і поширення залежать від розміщення і запасів корисних копалин. До переробної промисловості відносяться галузі, які займаються обробкою чи переробкою сировини і напівфабрикатів (металургійна, машинобудування, хімічна, деревообробна, целюлозно-паперова, будівельних матеріалів, поліграфічна, легка, харчова та ін.).

Перероблення – це технологічний процес, здійснення якого змінює форму, властивості або склад сировини, напівфабрикатів або, в окремих випадках, готової продукції з метою отримання нової продукції. Оброблення – це технологічний процес, який здійснюється з метою збереження певних видів продукції, надання їм деяких властивостей або для упередження шкідливого впливу, який може виявлятися у результаті їх використання. Наприклад, оброблення сільськогосподарських культур, деревини, металів або оброблення відходів. Готова промислова продукція – це продукція, процес перероблення якої завершено. Напівфабрикати – це продукція, яка вже зазнала певних видів перероблення, але ще

не є готовою до вжитку. Вони можуть бути продані іншим виробникам для подальшого перероблення. Наприклад, литі заготовки, які продаються для кінцевого перероблення будь-де ще.

Підприємства більшості галузей промисловості належать до великого та середнього бізнесу, виключення становлять вузькоспеціалізовані виробництва продуктів харчування, дрібних партій меблів, друкарської продукції, швейних виробів тощо.

Динаміка випуску основних видів промислової продукції наведена в таблиці 2.2.

Як бачимо виробництво більшості з наведених видів промислової продукції в 2010 році зростало порівняно з попереднім роком, за винятком екскаваторів, металорізальних та деревообробних верстатів, чоловічих костюмів, хліба, круп та твердих сирів. Також спостерігається значне скорочення виробництва телевізорів – майже в 3,5 рази.

Таблиця 2.2 – Виробництво деяких основних видів промислової продукції за 2003–2010 роки

Вид промислової продукції	Роки				
	2003	2005	2007	2009	2010
Автомобілі легкові, тис.шт.	98,3	192	380	65,7	75,3
Автобуси, тис.шт.	2,6	4,7	9,1	1,5	2,7
Автомобілі вантажні, тис.шт.	4,7	14,0	11,4	2,5	4,9
Трактори для сільського та лісового господарства, шт.	4556	5543	5282	1445	5189
Комбайни зернозбиральні, шт.	101	308	137	56	97
Верстати токарні, розточувальні, свердлувальні, фрезерувальні, шт.	378	409	336	97	76
Верстати для оброблення дерева, шт.	3743	3722	3160	1419	1409
Екскаватори, шт.	378	584	1044	143	114
Цемент, млн.т	8,9	12,2	15,0	9,5	9,5
Машини та устаткування для перероблення м'яса, шт.	1103	489	7016	6662	8378
Холодильники побутові, тис.шт.	284	242	310	157	164
Машини пральні, тис.шт.	251	322	173	164	167
Телевізори, тис.шт.	415	651	507	238	69,3
Одяг верхній трикотажний, тис.шт.	3803	4452	4174	3119	3897

не є готовою до вжитку. Вони можуть бути продані іншим виробникам для подальшого перероблення. Наприклад, литі заготовки, які продаються для кінцевого перероблення будь-де ще.

Підприємства більшості галузей промисловості належать до великого та середнього бізнесу, виключення становлять вузькоспеціалізовані виробництва продуктів харчування, дрібних партій меблів, друкарської продукції, швейних виробів тощо.

Динаміка випуску основних видів промислової продукції наведена в таблиці 2.2.

Як бачимо виробництво більшості з наведених видів промислової продукції в 2010 році зростало порівняно з попереднім роком, за винятком екскаваторів, металорізальних та деревообробних верстатів, чоловічих костюмів, хліба, круп та твердих сирів. Також спостерігається значне скорочення виробництва телевізорів – майже в 3,5 рази.

Таблиця 2.2 – Виробництво деяких основних видів промислової продукції за 2003–2010 роки

Вид промислової продукції	Роки				
	2003	2005	2007	2009	2010
Автомобілі легкові, тис.шт.	98,3	192	380	65,7	75,3
Автобуси, тис.шт.	2,6	4,7	9,1	1,5	2,7
Автомобілі вантажні, тис.шт.	4,7	14,0	11,4	2,5	4,9
Трактори для сільського та лісового господарства, шт.	4556	5543	5282	1445	5189
Комбайни зернозбиральні, шт.	101	308	137	56	97
Верстати токарні, розточувальні, свердлувальні, фрезерувальні, шт.	378	409	336	97	76
Верстати для оброблення дерева, шт.	3743	3722	3160	1419	1409
Екскаватори, шт.	378	584	1044	143	114
Цемент, млн.т	8,9	12,2	15,0	9,5	9,5
Машини та устаткування для перероблення м'яса, шт.	1103	489	7016	6662	8378
Холодильники побутові, тис.шт.	284	242	310	157	164
Машини пральні, тис.шт.	251	322	173	164	167
Телевізори, тис.шт.	415	651	507	238	69,3
Одяг верхній трикотажний, тис.шт.	3803	4452	4174	3119	3897

Закінчення табл. 2.2

Вид промислової продукції	Роки				
	2003	2005	2007	2009	2010
Костюми чоловічі та хлопчачі, тис.шт.	1567	1608	1107	632	514
Взуття, млн. пар	20,3	20,5	22,5	20,4	25,7
Вироби ковбасні, тис.т	271	309	330	272	281
Олія соняшникова нерафінована, тис.т	1257	1382	2228	2796	3030
Маргарин і продукти аналогічні, тис.т	250	302	317	353	363
Молоко оброблене рідке, тис.т	645	864	863	770	801
Масло вершкове, тис.т	137 ¹	120	100	74,7	79,5
Сири жирні, тис.т	173	274	246	224	207
Продукти кисломолочні, тис.т	427	499	532	492	479
Борошно, тис.т	2827	2944	2908	2734	2632
Крупи, тис.т	294	342	318	397	340
Вироби хлібобулочні, тис.т	2335	2264	2034	1828	1807
Цукор білий кристалічний, тис.т	2486	2139	1867	1275	1805
Печиво солодке і вафлі, тис.т	272	314	358	339	367

У **сільському господарстві** України виробничо-господарська діяльність здійснюється колективно-кооперативними і державними сільськогосподарськими підприємствами, акціонерними сільськогосподарськими товариствами, селянськими (фермерськими) господарствами. Сільське господарство України характеризується наявністю як великого виробництва, так і невеликих господарств, розвинутою регіональною спеціалізацією. Зокрема, Поліська зона спеціалізується на виробництві картоплі, льону, продукції м'ясного скотарства. У степових районах України найбільше розвинуте виробництво цукрових буряків, зерна, продукції скотарства і свинарства, в степовій зоні виробляється основний обсяг плодів і винограду, значна кількість зерна, продукції свинарства і скотарства, у приміській зоні – великий обсяг овочів, молока для промислових центрів.

Основними галузями в сільському господарстві, які впливають на спеціалізацію суб'єктів аграрного господарювання, є рослинництво і тваринництво. Спеціалізацію (виробничу спрямованість) сільськогосподарського підприємства визначають за основною (провідною) галуззю, на яку випадає найбільша (від 25 відсотків і вище) питома вага в то-

Закінчення табл. 2.2

Вид промислової продукції	Роки				
	2003	2005	2007	2009	2010
Костюми чоловічі та хлопчачі, тис.шт.	1567	1608	1107	632	514
Взуття, млн. пар	20,3	20,5	22,5	20,4	25,7
Вироби ковбасні, тис.т	271	309	330	272	281
Олія соняшникова нерафінована, тис.т	1257	1382	2228	2796	3030
Маргарин і продукти аналогічні, тис.т	250	302	317	353	363
Молоко оброблене рідке, тис.т	645	864	863	770	801
Масло вершкове, тис.т	137 ¹	120	100	74,7	79,5
Сири жирні, тис.т	173	274	246	224	207
Продукти кисломолочні, тис.т	427	499	532	492	479
Борошно, тис.т	2827	2944	2908	2734	2632
Крупи, тис.т	294	342	318	397	340
Вироби хлібобулочні, тис.т	2335	2264	2034	1828	1807
Цукор білий кристалічний, тис.т	2486	2139	1867	1275	1805
Печиво солодке і вафлі, тис.т	272	314	358	339	367

У **сільському господарстві** України виробничо-господарська діяльність здійснюється колективно-кооперативними і державними сільськогосподарськими підприємствами, акціонерними сільськогосподарськими товариствами, селянськими (фермерськими) господарствами. Сільське господарство України характеризується наявністю як великого виробництва, так і невеликих господарств, розвинутою регіональною спеціалізацією. Зокрема, Поліська зона спеціалізується на виробництві картоплі, льону, продукції м'ясного скотарства. У степових районах України найбільше розвинуте виробництво цукрових буряків, зерна, продукції скотарства і свинарства, в степовій зоні виробляється основний обсяг плодів і винограду, значна кількість зерна, продукції свинарства і скотарства, у приміській зоні – великий обсяг овочів, молока для промислових центрів.

Основними галузями в сільському господарстві, які впливають на спеціалізацію суб'єктів аграрного господарювання, є рослинництво і тваринництво. Спеціалізацію (виробничу спрямованість) сільськогосподарського підприємства визначають за основною (провідною) галуззю, на яку випадає найбільша (від 25 відсотків і вище) питома вага в то-

варній продукції. Розрізняють зернові, овочеві, овочево-молочні, птахівницькі, відгодівельні та інші спеціалізовані господарства, а також їх типи, що утворилися внаслідок різного поєднання основних і додаткових галузей. Спеціалізація виробництва – один із вагомих чинників інтенсифікації сільського господарства.

Поряд із розвитком основних напрямів своєї діяльності сільськогосподарські підприємства мають право здійснювати промислову переробку своєї продукції – як самостійно, так і у співпраці з іншими підприємствами. Для більш повного й рівномірного використання трудових ресурсів і місцевих джерел сировини, підвищення своєї прибутковості вони можуть створювати і розвивати підсобні виробництва, а також різні промисли; вступати в договірні відносини з будь-якими суб'єктами підприємництва (фізичними і юридичними особами, у тому числі з іноземними) з метою створення філій, цехів із виготовлення різних товарів. Така діяльність є допоміжною, оскільки основною, статутною діяльністю є виробництво продуктів харчування рослинного і тваринного походження[90].

Сільськогосподарські підприємства зобов'язані дотримуватися встановлених відповідно до законодавства екологічних, ветеринарно-санітарних правил і норм щодо якості виробленої продукції та інших вимог.

Згідно із законом України «Про фермерське господарство» **селянське (фермерське) господарство** є формою підприємництва громадян з метою виробництва, переробки та реалізації товарної сільськогосподарської продукції. Членами селянського (фермерського) господарства можуть бути подружжя, їх батьки, діти, які досягли 16-річного віку, та інші родичі, які об'єдналися для роботи в цьому господарстві. Членами селянського (фермерського) господарства не можуть бути особи, які працюють у ньому за трудовим договором (контрактом, угодою).

Право на створення селянського (фермерського) господарства має кожний дієздатний громадянин України, який досягнув 18-річного віку, виявив таке бажання, має документи, що підтверджують його здатність займатися сільським господарством, та пройшов конкурсний відбір. Першочергове право на створення селянського (фермерського) господарства надається громадянам, які проживають у сільській місцевості й мають необхідну кваліфікацію або досвід роботи в сільському господарстві. Конкурсний відбір бажаючих створити фермерське господарство проводить районна (міська) конкурсна комісія, склад якої формує районна державна адміністрація (виконавчий орган місцевого самоврядування) і затверджує голова районної, міської, в адміністративному підпорядкуванні якої є район.

Головою селянського (фермерського) господарства є засновник або особа, яка є його правонаступником. Селянське (фермерське) господарство має найменування, печатку і штамп.

варній продукції. Розрізняють зернові, овочеві, овочево-молочні, птахівницькі, відгодівельні та інші спеціалізовані господарства, а також їх типи, що утворилися внаслідок різного поєднання основних і додаткових галузей. Спеціалізація виробництва – один із вагомих чинників інтенсифікації сільського господарства.

Поряд із розвитком основних напрямів своєї діяльності сільськогосподарські підприємства мають право здійснювати промислову переробку своєї продукції – як самостійно, так і у співпраці з іншими підприємствами. Для більш повного й рівномірного використання трудових ресурсів і місцевих джерел сировини, підвищення своєї прибутковості вони можуть створювати і розвивати підсобні виробництва, а також різні промисли; вступати в договірні відносини з будь-якими суб'єктами підприємництва (фізичними і юридичними особами, у тому числі з іноземними) з метою створення філій, цехів із виготовлення різних товарів. Така діяльність є допоміжною, оскільки основною, статутною діяльністю є виробництво продуктів харчування рослинного і тваринного походження[90].

Сільськогосподарські підприємства зобов'язані дотримуватися встановлених відповідно до законодавства екологічних, ветеринарно-санітарних правил і норм щодо якості виробленої продукції та інших вимог.

Згідно із законом України «Про фермерське господарство» **селянське (фермерське) господарство** є формою підприємництва громадян з метою виробництва, переробки та реалізації товарної сільськогосподарської продукції. Членами селянського (фермерського) господарства можуть бути подружжя, їх батьки, діти, які досягли 16-річного віку, та інші родичі, які об'єдналися для роботи в цьому господарстві. Членами селянського (фермерського) господарства не можуть бути особи, які працюють у ньому за трудовим договором (контрактом, угодою).

Право на створення селянського (фермерського) господарства має кожний дієздатний громадянин України, який досягнув 18-річного віку, виявив таке бажання, має документи, що підтверджують його здатність займатися сільським господарством, та пройшов конкурсний відбір. Першочергове право на створення селянського (фермерського) господарства надається громадянам, які проживають у сільській місцевості й мають необхідну кваліфікацію або досвід роботи в сільському господарстві. Конкурсний відбір бажаючих створити фермерське господарство проводить районна (міська) конкурсна комісія, склад якої формує районна державна адміністрація (виконавчий орган місцевого самоврядування) і затверджує голова районної, міської, в адміністративному підпорядкуванні якої є район.

Головою селянського (фермерського) господарства є засновник або особа, яка є його правонаступником. Селянське (фермерське) господарство має найменування, печатку і штамп.

Фермерське господарство в системі ринкової економіки народногосподарського комплексу є рівноправною формою ведення господарства поряд із державними, колективними, орендними та іншими підприємствами і організаціями, господарськими товариствами.

Земельні ділянки громадянам України для ведення селянського (фермерського) господарства передаються у приватну власність і надаються в користування, у тому числі на умовах оренди.

Передача земельних ділянок у приватну власність і надання їх у користування здійснюється із земель запасу, а також земель, вилучених (викуплених) у встановленому порядку. Безоплатно земельні ділянки передаються у приватну власність громадян для ведення селянського (фермерського) господарства у межах середньої земельної частки, що обчислюється в порядку, передбаченому Земельним кодексом України.

Селянське (фермерське) господарство зобов'язане:

- забезпечувати використання землі за цільовим призначенням та відповідно до умов її надання;
- ефективно використовувати землю відповідно до проекту внутрігосподарського землеустрою, підвищувати її родючість, застосовувати природоохоронні технології виробництва, не допускати погіршення екологічної обстановки на території внаслідок своєї господарської діяльності;
- своєчасно вносити земельний податок або орендну плату за землю;
- не порушувати права власників інших земельних ділянок і землекористувачів, у тому числі орендарів;
- дотримуватися правил добросусідства та ін.

У власності осіб, які ведуть селянське (фермерське) господарство, можуть бути земля, житлові будинки, квартири, предмети особистого користування, предмети домашнього господарства, продуктивна і робоча худоба, птиця, бджолосім'ї, посіви та посадки сільськогосподарських культур і насаджень на земельній ділянці, засоби виробництва, вироблена продукція і доходи від її реалізації, транспортні засоби, кошти, акції, інші цінні папери, а також інше майно споживчого і виробничого призначення для ведення селянського (фермерського) господарства і заняття підсобними промислами.

Фермерське господарство має право вступати у договірні відносини з будь-якими підприємствами, установами, організаціями, з окремими громадянами, самостійно вибирати партнерів, у тому числі іноземних, для укладання договорів.

Діяльність селянського (фермерського) господарства припиняється у разі:

- 1) рішення членів селянського (фермерського) господарства про припинення його діяльності;

Фермерське господарство в системі ринкової економіки народногосподарського комплексу є рівноправною формою ведення господарства поряд із державними, колективними, орендними та іншими підприємствами і організаціями, господарськими товариствами.

Земельні ділянки громадянам України для ведення селянського (фермерського) господарства передаються у приватну власність і надаються в користування, у тому числі на умовах оренди.

Передача земельних ділянок у приватну власність і надання їх у користування здійснюється із земель запасу, а також земель, вилучених (викуплених) у встановленому порядку. Безоплатно земельні ділянки передаються у приватну власність громадян для ведення селянського (фермерського) господарства у межах середньої земельної частки, що обчислюється в порядку, передбаченому Земельним кодексом України.

Селянське (фермерське) господарство зобов'язане:

- забезпечувати використання землі за цільовим призначенням та відповідно до умов її надання;
- ефективно використовувати землю відповідно до проекту внутрігосподарського землеустрою, підвищувати її родючість, застосовувати природоохоронні технології виробництва, не допускати погіршення екологічної обстановки на території внаслідок своєї господарської діяльності;
- своєчасно вносити земельний податок або орендну плату за землю;
- не порушувати права власників інших земельних ділянок і землекористувачів, у тому числі орендарів;
- дотримуватися правил добросусідства та ін.

У власності осіб, які ведуть селянське (фермерське) господарство, можуть бути земля, житлові будинки, квартири, предмети особистого користування, предмети домашнього господарства, продуктивна і робоча худоба, птиця, бджолосім'ї, посіви та посадки сільськогосподарських культур і насаджень на земельній ділянці, засоби виробництва, вироблена продукція і доходи від її реалізації, транспортні засоби, кошти, акції, інші цінні папери, а також інше майно споживчого і виробничого призначення для ведення селянського (фермерського) господарства і заняття підсобними промислами.

Фермерське господарство має право вступати у договірні відносини з будь-якими підприємствами, установами, організаціями, з окремими громадянами, самостійно вибирати партнерів, у тому числі іноземних, для укладання договорів.

Діяльність селянського (фермерського) господарства припиняється у разі:

- 1) рішення членів селянського (фермерського) господарства про припинення його діяльності;

2) припинення права власності на землю, права користування земельною ділянкою у випадках, передбачених Земельним кодексом України;

3) визначення селянського (фермерського) господарства неплатоспроможним (банкрутом);

4) якщо не залишається жодного члена селянського (фермерського) господарства або спадкоємця, який бажає продовжити діяльність господарства.

Громадяни та юридичні особи України можуть безоплатно або за плату набувати у власність у складі угідь селянських, фермерських та інших господарств замкнені земельні лісові ділянки. Усі ліси на території України, незалежно від того, на землях яких категорій за основним цільовим призначенням вони зростають, та незалежно від права власності на них, становлять лісовий фонд України і перебувають під охороною держави.

У постійне користування ліси на землях державної власності для ведення лісового господарства без встановлення строку надаються спеціалізованим державним лісогосподарським підприємствам, іншим державним підприємствам, установам та організаціям, у яких створено спеціалізовані лісогосподарські підрозділи.

Тимчасове користування лісами може бути: довгостроковим – терміном від одного до п'ятдесяти років і короткостроковим – терміном до одного року. Довгострокове тимчасове користування лісами – засноване на договорі строкове платне використання лісових ділянок, які виділяються для потреб мисливського господарства, культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних, туристичних і освітньо-виховних цілей, проведення науково-дослідних робіт.

Забороняється введення в експлуатацію нових і реконструйованих підприємств, цехів, агрегатів, транспортних шляхів, споруд та об'єктів, не забезпечених пристроями, що запобігають шкідливому впливу на стан і відтворення лісів.

Підприємства, установи, організації і громадяни, що здійснюють ведення лісового господарства з урахуванням господарського призначення лісів, природних умов і зобов'язані:

– забезпечувати посилення водоохоронних, захисних, кліматорегулюючих, санітарно-гігієнічних, оздоровчих та інших корисних властивостей лісів з метою поліпшення навколишнього природного середовища та охорони здоров'я людей;

– забезпечувати безперервне, невиснажливе і раціональне використання лісових ресурсів для задоволення потреб виробництва і населення в деревині та іншій лісовій продукції;

– здійснювати відтворення лісів;

– забезпечувати підвищення продуктивності, поліпшення якісного складу лісів і збереження біотичного та іншого природного різноманіття в лісах;

2) припинення права власності на землю, права користування земельною ділянкою у випадках, передбачених Земельним кодексом України;

3) визначення селянського (фермерського) господарства неплатоспроможним (банкрутом);

4) якщо не залишається жодного члена селянського (фермерського) господарства або спадкоємця, який бажає продовжити діяльність господарства.

Громадяни та юридичні особи України можуть безоплатно або за плату набувати у власність у складі угідь селянських, фермерських та інших господарств замкнені земельні лісові ділянки. Усі ліси на території України, незалежно від того, на землях яких категорій за основним цільовим призначенням вони зростають, та незалежно від права власності на них, становлять лісовий фонд України і перебувають під охороною держави.

У постійне користування ліси на землях державної власності для ведення лісового господарства без встановлення строку надаються спеціалізованим державним лісогосподарським підприємствам, іншим державним підприємствам, установам та організаціям, у яких створено спеціалізовані лісогосподарські підрозділи.

Тимчасове користування лісами може бути: довгостроковим – терміном від одного до п'ятдесяти років і короткостроковим – терміном до одного року. Довгострокове тимчасове користування лісами – засноване на договорі строкове платне використання лісових ділянок, які виділяються для потреб мисливського господарства, культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних, туристичних і освітньо-виховних цілей, проведення науково-дослідних робіт.

Забороняється введення в експлуатацію нових і реконструйованих підприємств, цехів, агрегатів, транспортних шляхів, споруд та об'єктів, не забезпечених пристроями, що запобігають шкідливому впливу на стан і відтворення лісів.

Підприємства, установи, організації і громадяни, що здійснюють ведення лісового господарства з урахуванням господарського призначення лісів, природних умов і зобов'язані:

– забезпечувати посилення водоохоронних, захисних, кліматорегулюючих, санітарно-гігієнічних, оздоровчих та інших корисних властивостей лісів з метою поліпшення навколишнього природного середовища та охорони здоров'я людей;

– забезпечувати безперервне, невиснажливе і раціональне використання лісових ресурсів для задоволення потреб виробництва і населення в деревині та іншій лісовій продукції;

– здійснювати відтворення лісів;

– забезпечувати підвищення продуктивності, поліпшення якісного складу лісів і збереження біотичного та іншого природного різноманіття в лісах;

- здійснювати охорону лісів від пожеж, захист від шкідників і хвороб, незаконних рубок та інших пошкоджень;
- раціонально використовувати лісові ділянки.

У порядку спеціального використання можуть здійснюватися такі види використання лісових ресурсів:

- 1) заготівля деревини в порядку рубок головного користування;
- 2) заготівля другорядних лісових матеріалів;
- 3) побічні лісові користування;
- 4) використання корисних властивостей лісів для культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних, туристичних і освітньо-виховних цілей, потреб мисливського господарства, проведення науково-дослідних робіт.

Спеціальне використання лісових ресурсів на виділеній лісовій ділянці проводиться за спеціальним дозволом (лісорубний квиток, ордер, лісовий квиток).

Будівництво об'єктів виробничого та іншого призначення, підготовка будівельних ділянок, роботи з обладнання будівель роботи з завершення будівництва, прикладні та експериментальні дослідження і розробки тощо, які виконуються суб'єктами господарювання для інших суб'єктів або на їх замовлення, здійснюються на умовах підяду.

Господарські відносини у сфері матеріально-технічного забезпечення капітального будівництва регулюються відповідними договорами підяду, якщо інше не передбачено законодавством або договором сторін. За згодою сторін будівельні поставки можуть здійснюватися на основі договорів поставки.

За договором підяду на капітальне будівництво одна сторона (підрядник) обов'язується своїми силами і засобами на замовлення другої сторони (замовника) побудувати і здати замовникові у встановлений строк визначений договором об'єкт відповідно до проектно-кошторисної документації або виконати зумовлені договором будівельні та інші роботи, а замовник зобов'язується передати підряднику затверджену проектно-кошторисну документацію, надати йому будівельний майданчик, прийняти закінчені будівництвом об'єкти і оплатити їх.

Договір підяду укладається на будівництво, розширення, реконструкцію та перепрофілювання об'єктів; будівництво об'єктів з покладенням повністю або частково на підрядника виконання робіт з проектування, поставки обладнання, пусконаладжувальних та інших робіт; виконання окремих комплексів будівельних, монтажних, спеціальних, проектно-конструкторських та інших робіт, пов'язаних з будівництвом об'єктів.

Договір підяду на капітальне будівництво повинен передбачати: найменування сторін; місце і дату укладення; предмет договору (найменування об'єкта, обсяги і види робіт, передбачених проектом); строки

- здійснювати охорону лісів від пожеж, захист від шкідників і хвороб, незаконних рубок та інших пошкоджень;
- раціонально використовувати лісові ділянки.

У порядку спеціального використання можуть здійснюватися такі види використання лісових ресурсів:

- 1) заготівля деревини в порядку рубок головного користування;
- 2) заготівля другорядних лісових матеріалів;
- 3) побічні лісові користування;
- 4) використання корисних властивостей лісів для культурно-оздоровчих, рекреаційних, спортивних, туристичних і освітньо-виховних цілей, потреб мисливського господарства, проведення науково-дослідних робіт.

Спеціальне використання лісових ресурсів на виділеній лісовій ділянці проводиться за спеціальним дозволом (лісорубний квиток, ордер, лісовий квиток).

Будівництво об'єктів виробничого та іншого призначення, підготовка будівельних ділянок, роботи з обладнання будівель роботи з завершення будівництва, прикладні та експериментальні дослідження і розробки тощо, які виконуються суб'єктами господарювання для інших суб'єктів або на їх замовлення, здійснюються на умовах підяду.

Господарські відносини у сфері матеріально-технічного забезпечення капітального будівництва регулюються відповідними договорами підяду, якщо інше не передбачено законодавством або договором сторін. За згодою сторін будівельні поставки можуть здійснюватися на основі договорів поставки.

За договором підяду на капітальне будівництво одна сторона (підрядник) обов'язується своїми силами і засобами на замовлення другої сторони (замовника) побудувати і здати замовникові у встановлений строк визначений договором об'єкт відповідно до проектно-кошторисної документації або виконати зумовлені договором будівельні та інші роботи, а замовник зобов'язується передати підряднику затверджену проектно-кошторисну документацію, надати йому будівельний майданчик, прийняти закінчені будівництвом об'єкти і оплатити їх.

Договір підяду укладається на будівництво, розширення, реконструкцію та перепрофілювання об'єктів; будівництво об'єктів з покладенням повністю або частково на підрядника виконання робіт з проектування, поставки обладнання, пусконаладжувальних та інших робіт; виконання окремих комплексів будівельних, монтажних, спеціальних, проектно-конструкторських та інших робіт, пов'язаних з будівництвом об'єктів.

Договір підяду на капітальне будівництво повинен передбачати: найменування сторін; місце і дату укладення; предмет договору (найменування об'єкта, обсяги і види робіт, передбачених проектом); строки

початку і завершення будівництва, виконання робіт; права і обов'язки сторін; вартість і порядок фінансування будівництва об'єкта (робіт); порядок матеріально-технічного, проектного та іншого забезпечення будівництва; режим контролю якості робіт і матеріалів замовником; порядок прийняття об'єкта (робіт); порядок розрахунків за виконані роботи, умови про дефекти і гарантійні строки; страхування ризиків, фінансові гарантії; відповідальність сторін (відшкодування збитків); урегулювання спорів, підстави та умови зміни і розірвання договору.

Підрядник має право за згодою замовника залучати до виконання договору як третіх осіб субпідрядників, на умовах укладених з ними субпідрядних договорів, відповідаючи перед замовником за результати їх роботи. У цьому випадку підрядник виступає перед замовником як генеральний підрядник, а перед субпідрядниками – як замовник.

Договір підряду на виконання робіт з монтажу устаткування замовник може укласти з генеральним підрядником або з постачальником устаткування. За згодою генерального підрядника договори на виконання монтажних та інших спеціальних робіт можуть укладатися замовником з відповідними спеціалізованими підприємствами.

Замовник має право, не втручаючись у господарську діяльність підрядника, здійснювати контроль і технічний нагляд за відповідністю обсягу, вартості і якості виконаних робіт проектам і кошторисам. Він має право перевіряти хід і якість будівельних і монтажних робіт, а також якість матеріалів, що використовуються. У разі якщо підрядник не береється своєчасно за виконання договору або виконує роботу настільки повільно, що закінчення її до строку стає явно неможливим, замовник має право вимагати розірвання договору та відшкодування збитків. Підрядник має право не братися за роботу, а розпочати роботу зупинити у разі порушення замовником своїх зобов'язань за договором, внаслідок якого початок або продовження робіт підрядником виявляються неможливими чи значно ускладненими. Недоліки виконання робіт чи матеріалів, що використовуються для робіт, допущені з вини підрядника або субпідрядника, повинні бути усунені підрядником за свій рахунок.

Перевезенням вантажів визнається господарська діяльність, пов'язана з переміщенням продукції виробничо-технічного призначення та виробів народного споживання залізницями, автомобільними дорогами, водними та повітряними шляхами, а також транспортування продукції трубопроводами.

Суб'єктами відносин перевезення вантажів є перевізники, вантажо-відправники та вантажоодержувачі [40].

Перевезення вантажів здійснюють вантажний залізничний транспорт, автомобільний вантажний транспорт, морський вантажний транспорт та вантажний внутрішній флот, авіаційний вантажний транспорт, трубопровідний транспорт, космічний транспорт, інші види транспорту.

початку і завершення будівництва, виконання робіт; права і обов'язки сторін; вартість і порядок фінансування будівництва об'єкта (робіт); порядок матеріально-технічного, проектного та іншого забезпечення будівництва; режим контролю якості робіт і матеріалів замовником; порядок прийняття об'єкта (робіт); порядок розрахунків за виконані роботи, умови про дефекти і гарантійні строки; страхування ризиків, фінансові гарантії; відповідальність сторін (відшкодування збитків); урегулювання спорів, підстави та умови зміни і розірвання договору.

Підрядник має право за згодою замовника залучати до виконання договору як третіх осіб субпідрядників, на умовах укладених з ними субпідрядних договорів, відповідаючи перед замовником за результати їх роботи. У цьому випадку підрядник виступає перед замовником як генеральний підрядник, а перед субпідрядниками – як замовник.

Договір підряду на виконання робіт з монтажу устаткування замовник може укласти з генеральним підрядником або з постачальником устаткування. За згодою генерального підрядника договори на виконання монтажних та інших спеціальних робіт можуть укладатися замовником з відповідними спеціалізованими підприємствами.

Замовник має право, не втручаючись у господарську діяльність підрядника, здійснювати контроль і технічний нагляд за відповідністю обсягу, вартості і якості виконаних робіт проектам і кошторисам. Він має право перевіряти хід і якість будівельних і монтажних робіт, а також якість матеріалів, що використовуються. У разі якщо підрядник не береється своєчасно за виконання договору або виконує роботу настільки повільно, що закінчення її до строку стає явно неможливим, замовник має право вимагати розірвання договору та відшкодування збитків. Підрядник має право не братися за роботу, а розпочати роботу зупинити у разі порушення замовником своїх зобов'язань за договором, внаслідок якого початок або продовження робіт підрядником виявляються неможливими чи значно ускладненими. Недоліки виконання робіт чи матеріалів, що використовуються для робіт, допущені з вини підрядника або субпідрядника, повинні бути усунені підрядником за свій рахунок.

Перевезенням вантажів визнається господарська діяльність, пов'язана з переміщенням продукції виробничо-технічного призначення та виробів народного споживання залізницями, автомобільними дорогами, водними та повітряними шляхами, а також транспортування продукції трубопроводами.

Суб'єктами відносин перевезення вантажів є перевізники, вантажо-відправники та вантажоодержувачі [40].

Перевезення вантажів здійснюють вантажний залізничний транспорт, автомобільний вантажний транспорт, морський вантажний транспорт та вантажний внутрішній флот, авіаційний вантажний транспорт, трубопровідний транспорт, космічний транспорт, інші види транспорту.

Допоміжним видом діяльності, пов'язаним з перевезенням вантажу, є транспортна експедиція.

Загальні умови перевезення вантажів, а також особливі умови перевезення окремих видів вантажів (вибухових речовин, зброї, отруйних, легкозаймистих, радіоактивних та інших небезпечних речовин тощо), а також відповідальність суб'єктів господарювання за цими перевезеннями визначаються Господарським кодексом і виданими відповідно до нього транспортними кодексами, транспортними статутами та іншими нормативно-правовими актами. Сторони можуть передбачити в договорі також інші умови перевезення, що не суперечать законодавству, та додаткову відповідальність за неналежне виконання договірних зобов'язань.

Відносини, пов'язані з перевезенням пасажирів та багажу, регулюються Цивільним кодексом України.

За договором перевезення вантажу одна сторона (перевізник) зобов'язується доставити ввірений їй другою стороною (вантажовідправником) вантаж до пункту призначення в установленій законодавством чи договором строк та видати його уповноваженій на одержання вантажу особі (вантажодержувачу), а вантажовідправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену плату.

Договір перевезення вантажу укладається в письмовій формі. Укладення договору перевезення вантажу підтверджується складенням перевізного документа (транспортної накладної, коносаменту тощо) відповідно до вимог законодавства. Перевізники зобов'язані забезпечувати вантажовідправників бланками перевізних документів згідно з правилами здійснення відповідних перевезень.

Вантажовідправник і перевізник у разі необхідності здійснення систематичних впродовж певного строку перевезень вантажів можуть укласти довгостроковий договір, за яким перевізник зобов'язується у встановлені строки приймати, а вантажовідправник – подавати до перевезення вантажі у погодженому сторонами обсязі.

Залежно від виду транспорту, яким передбачається систематичне перевезення вантажів, укладаються такі довгострокові договори: довгостроковий – на залізничному і морському транспорті, навігаційний – на річковому транспорті (внутрішньому флоті), спеціальний – на повітряному транспорті, річний – на автомобільному транспорті. Порядок укладення довгострокових договорів встановлюється відповідними транспортними кодексами, транспортними статутами або правилами перевезень.

Відповідальність перевізника за збереження вантажу виникає з моменту прийняття вантажу до перевезення. Перевізник зобов'язаний повідомити одержувача про прибуття вантажу на його адресу. Перевізник несе відповідальність за втрату, нестачу та пошкодження прийнятого до

Допоміжним видом діяльності, пов'язаним з перевезенням вантажу, є транспортна експедиція.

Загальні умови перевезення вантажів, а також особливі умови перевезення окремих видів вантажів (вибухових речовин, зброї, отруйних, легкозаймистих, радіоактивних та інших небезпечних речовин тощо), а також відповідальність суб'єктів господарювання за цими перевезеннями визначаються Господарським кодексом і виданими відповідно до нього транспортними кодексами, транспортними статутами та іншими нормативно-правовими актами. Сторони можуть передбачити в договорі також інші умови перевезення, що не суперечать законодавству, та додаткову відповідальність за неналежне виконання договірних зобов'язань.

Відносини, пов'язані з перевезенням пасажирів та багажу, регулюються Цивільним кодексом України.

За договором перевезення вантажу одна сторона (перевізник) зобов'язується доставити ввірений їй другою стороною (вантажовідправником) вантаж до пункту призначення в установленій законодавством чи договором строк та видати його уповноваженій на одержання вантажу особі (вантажодержувачу), а вантажовідправник зобов'язується сплатити за перевезення вантажу встановлену плату.

Договір перевезення вантажу укладається в письмовій формі. Укладення договору перевезення вантажу підтверджується складенням перевізного документа (транспортної накладної, коносаменту тощо) відповідно до вимог законодавства. Перевізники зобов'язані забезпечувати вантажовідправників бланками перевізних документів згідно з правилами здійснення відповідних перевезень.

Вантажовідправник і перевізник у разі необхідності здійснення систематичних впродовж певного строку перевезень вантажів можуть укласти довгостроковий договір, за яким перевізник зобов'язується у встановлені строки приймати, а вантажовідправник – подавати до перевезення вантажі у погодженому сторонами обсязі.

Залежно від виду транспорту, яким передбачається систематичне перевезення вантажів, укладаються такі довгострокові договори: довгостроковий – на залізничному і морському транспорті, навігаційний – на річковому транспорті (внутрішньому флоті), спеціальний – на повітряному транспорті, річний – на автомобільному транспорті. Порядок укладення довгострокових договорів встановлюється відповідними транспортними кодексами, транспортними статутами або правилами перевезень.

Відповідальність перевізника за збереження вантажу виникає з моменту прийняття вантажу до перевезення. Перевізник зобов'язаний повідомити одержувача про прибуття вантажу на його адресу. Перевізник несе відповідальність за втрату, нестачу та пошкодження прийнятого до

перевезення вантажу, якщо не доведе, що втрата, нестача або пошкодження сталися не з його вини.

За договором транспортного експедирування одна сторона (експедитор) зобов'язується за плату і за рахунок другої сторони (клієнта) виконати або організувати виконання визначених договором послуг, пов'язаних з перевезенням вантажу. Договором транспортного експедирування може бути встановлений обов'язок експедитора організувати перевезення вантажу транспортом і за маршрутом, вибраним експедитором або клієнтом, укласти від свого імені або від імені клієнта договір перевезення вантажу, забезпечувати відправку і одержання вантажу, а також виконання інших зобов'язань, пов'язаних із перевезенням. Договором транспортного експедирування може бути передбачено надання додаткових послуг, необхідних для доставки вантажу (перевірка кількості та стану вантажу, його завантаження та вивантаження, сплата мита, зборів і витрат, покладених на клієнта, зберігання вантажу до його одержання у пункті призначення, одержання необхідних для експорту та імпорту документів, виконання митних формальностей тощо).

З діяльністю переважно промислових підприємств пов'язана інноваційна діяльність. **Інноваційною діяльністю** у сфері господарювання є діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя.

Інноваційна діяльність здійснюється за такими напрямками:

- проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції;
- розробка, освоєння, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій;
- розробка впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального і екологічного становища;
- технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств, що здійснюються вперше як промислове освоєння виробництва нової продукції або впровадження нової технології.

За договором на створення і передачу науково-технічної продукції одна сторона (виконавець) зобов'язується виконати зумовлені завданням другої сторони (замовника) науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (далі – НДДКР), а замовник зобов'язується прийняти виконані роботи (продукцію) і оплатити їх. Науково-технічною продукцією є завершені науково-дослідні, проектні, конструкторські, технологічні роботи та послуги, створення дослідних зразків або партій виробів. Договір може укладатися на виконання усього комплексу робіт від

перевезення вантажу, якщо не доведе, що втрата, нестача або пошкодження сталися не з його вини.

За договором транспортного експедирування одна сторона (експедитор) зобов'язується за плату і за рахунок другої сторони (клієнта) виконати або організувати виконання визначених договором послуг, пов'язаних з перевезенням вантажу. Договором транспортного експедирування може бути встановлений обов'язок експедитора організувати перевезення вантажу транспортом і за маршрутом, вибраним експедитором або клієнтом, укласти від свого імені або від імені клієнта договір перевезення вантажу, забезпечувати відправку і одержання вантажу, а також виконання інших зобов'язань, пов'язаних із перевезенням. Договором транспортного експедирування може бути передбачено надання додаткових послуг, необхідних для доставки вантажу (перевірка кількості та стану вантажу, його завантаження та вивантаження, сплата мита, зборів і витрат, покладених на клієнта, зберігання вантажу до його одержання у пункті призначення, одержання необхідних для експорту та імпорту документів, виконання митних формальностей тощо).

З діяльністю переважно промислових підприємств пов'язана інноваційна діяльність. **Інноваційною діяльністю** у сфері господарювання є діяльність учасників господарських відносин, що здійснюється на основі реалізації інвестицій з метою виконання довгострокових науково-технічних програм з тривалими строками окупності витрат і впровадження нових науково-технічних досягнень у виробництво та інші сфери суспільного життя.

Інноваційна діяльність здійснюється за такими напрямками:

- проведення наукових досліджень і розробок, спрямованих на створення об'єктів інтелектуальної власності, науково-технічної продукції;
- розробка, освоєння, випуск і розповсюдження принципово нових видів техніки і технологій;
- розробка впровадження нових ресурсозберігаючих технологій, призначених для поліпшення соціального і екологічного становища;
- технічне переозброєння, реконструкція, розширення, будівництво нових підприємств, що здійснюються вперше як промислове освоєння виробництва нової продукції або впровадження нової технології.

За договором на створення і передачу науково-технічної продукції одна сторона (виконавець) зобов'язується виконати зумовлені завданням другої сторони (замовника) науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (далі – НДДКР), а замовник зобов'язується прийняти виконані роботи (продукцію) і оплатити їх. Науково-технічною продукцією є завершені науково-дослідні, проектні, конструкторські, технологічні роботи та послуги, створення дослідних зразків або партій виробів. Договір може укладатися на виконання усього комплексу робіт від

дослідження до впровадження у виробництво науково-технічної продукції, а також на її подальше технічне супроводження (обслуговування).

Держава здійснює контроль за інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання та інших учасників господарських відносин, її відповідністю вимогам законодавства і державним інноваційним програмам. Законом можуть бути передбачені галузі або об'єкти інноваційної діяльності, в яких обмежується чи забороняється використання іноземних інвестицій.

Держава гарантує суб'єктам інноваційної діяльності:

- підтримку інноваційних програм і проектів, спрямованих на реалізацію економічної та соціальної політики держави;
- підтримку створення та розвитку суб'єктів інфраструктури інноваційної діяльності;
- охорону та захист прав інтелектуальної власності, захист від недобросовісної конкуренції у сфері інноваційної діяльності;
- вільний доступ до інформації про пріоритети державної економічної та соціальної політики, про інноваційні потреби та результати науково-технічної діяльності, крім випадків, передбачених законом;
- підтримку щодо підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері здійснення інноваційної діяльності.

Інноваційні проекти, що інвестуються за рахунок Державного бюджету України або місцевих бюджетів, а також проекти, замовниками яких є органи державної влади чи органи місцевого самоврядування, підлягають обов'язковій державній експертизі. Інноваційні проекти, що інвестуються за рахунок інших джерел, підлягають обов'язковій державній експертизі з питань додержання екологічних, містобудівних та санітарно-гігієнічних вимог.

Перспективними організаційними формами інноваційного підприємництва є [39]:

- венчурні фірми;
- технопарки;
- наукові парки;
- промислові парки;
- технополіси;
- зони розвитку високих технологій;
- науково-промислові комплекси (науково-технічні центри);
- стратегічні альянси (консорціум, спільне підприємство);
- бізнес-інкубатори.

На практиці інноваційний розвиток не став основним фактором зростання національної економіки України. Позитивні тенденції хоча і спостерігалися протягом кількох років, але мали переважно тимчасовий характер і змінювалися протилежними зрушеннями в економіці, що характеризує інноваційні процеси в Україні як нестійкі та позбавлені

дослідження до впровадження у виробництво науково-технічної продукції, а також на її подальше технічне супроводження (обслуговування).

Держава здійснює контроль за інноваційною діяльністю суб'єктів господарювання та інших учасників господарських відносин, її відповідністю вимогам законодавства і державним інноваційним програмам. Законом можуть бути передбачені галузі або об'єкти інноваційної діяльності, в яких обмежується чи забороняється використання іноземних інвестицій.

Держава гарантує суб'єктам інноваційної діяльності:

- підтримку інноваційних програм і проектів, спрямованих на реалізацію економічної та соціальної політики держави;
- підтримку створення та розвитку суб'єктів інфраструктури інноваційної діяльності;
- охорону та захист прав інтелектуальної власності, захист від недобросовісної конкуренції у сфері інноваційної діяльності;
- вільний доступ до інформації про пріоритети державної економічної та соціальної політики, про інноваційні потреби та результати науково-технічної діяльності, крім випадків, передбачених законом;
- підтримку щодо підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері здійснення інноваційної діяльності.

Інноваційні проекти, що інвестуються за рахунок Державного бюджету України або місцевих бюджетів, а також проекти, замовниками яких є органи державної влади чи органи місцевого самоврядування, підлягають обов'язковій державній експертизі. Інноваційні проекти, що інвестуються за рахунок інших джерел, підлягають обов'язковій державній експертизі з питань додержання екологічних, містобудівних та санітарно-гігієнічних вимог.

Перспективними організаційними формами інноваційного підприємництва є [39]:

- венчурні фірми;
- технопарки;
- наукові парки;
- промислові парки;
- технополіси;
- зони розвитку високих технологій;
- науково-промислові комплекси (науково-технічні центри);
- стратегічні альянси (консорціум, спільне підприємство);
- бізнес-інкубатори.

На практиці інноваційний розвиток не став основним фактором зростання національної економіки України. Позитивні тенденції хоча і спостерігалися протягом кількох років, але мали переважно тимчасовий характер і змінювалися протилежними зрушеннями в економіці, що характеризує інноваційні процеси в Україні як нестійкі та позбавлені

чітких довгострокових стимулів для інноваційної діяльності. За таких умов не формуються базисні чинники, що могли б забезпечити зміцнення конкурентоспроможності національної економіки.

Сучасний стан інноваційної діяльності в Україні характеризується збереженням низького рівня інноваційної активності промислових підприємств. Частка підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, в Україні є суттєво меншою, ніж у країнах, для яких інноваційний розвиток економіки є пріоритетним завданням економічної стратегії. Так, якщо в ЄС таких підприємств у 2007 р. налічувалося 41,5 %, то в Україні інноваціями займалося в 2008 р. лише кожне сьоме підприємство (тобто 13,0% від загальної кількості промислових підприємств). В 2010 році – 11,5% від загальної кількості промислових підприємств, тобто безпосередньо впроваджувала інновації в своїй діяльності ще менша кількість підприємств – лише кожне дев'яте підприємство [39].

Розвиток інноваційного підприємництва в Україні стримується відсутністю спеціальних норм законодавства, значними адміністративними та ринковими бар'єрами, відсутністю відповідних державних механізмів забезпечення його розвитку, відсутністю доступу до інвестиційних ресурсів, незавершеним податковим адмініструванням, недостатнім суспільним захистом інтересів і прав інноваційних підприємців, відсутністю державної політики підтримки інноваційного підприємництва.

Основна увага інноваційної політики в технологічно розвинених країнах концентрується на малих і середніх підприємствах, тому що вони становлять основу для інноваційного розвитку транснаціональних корпорацій. Великим компаніям спрямовується підтримка в основному в непрямій формі через ринкове регулювання, пільговий податковий режим для НДДКР, підготовку вчених, державне фінансування фундаментальних досліджень і т. інше. Особлива увага приділяється створенню сприятливих умов для розвитку малого бізнесу в найбільш перспективних сферах, таких, як науково-технічна, інформаційна, реінжиніринг і т.д. [39].

2.3 Торговельне підприємництво

Найбільший розвиток у перші роки переходу до ринку в Україні одержало торговельне підприємництво. Воно характеризується операціями й угодами по купівлі і продажу товарів і послуг. Тут швидше можна одержати віддачу. Ця сфера, багато в чому обмежена раніше, стала стрімко розвиватися головним чином як індивідуальне підприємництво. Якщо виробнича діяльність забезпечує, як правило, 10-12% рентабельності підприємства, фірми, то комерційна – 20-30%, а нерідко і вище.

Торговельне підприємництво – це діяльність, пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг.

чітких довгострокових стимулів для інноваційної діяльності. За таких умов не формуються базисні чинники, що могли б забезпечити зміцнення конкурентоспроможності національної економіки.

Сучасний стан інноваційної діяльності в Україні характеризується збереженням низького рівня інноваційної активності промислових підприємств. Частка підприємств, що займалися інноваційною діяльністю, в Україні є суттєво меншою, ніж у країнах, для яких інноваційний розвиток економіки є пріоритетним завданням економічної стратегії. Так, якщо в ЄС таких підприємств у 2007 р. налічувалося 41,5 %, то в Україні інноваціями займалося в 2008 р. лише кожне сьоме підприємство (тобто 13,0% від загальної кількості промислових підприємств). В 2010 році – 11,5% від загальної кількості промислових підприємств, тобто безпосередньо впроваджувала інновації в своїй діяльності ще менша кількість підприємств – лише кожне дев'яте підприємство [39].

Розвиток інноваційного підприємництва в Україні стримується відсутністю спеціальних норм законодавства, значними адміністративними та ринковими бар'єрами, відсутністю відповідних державних механізмів забезпечення його розвитку, відсутністю доступу до інвестиційних ресурсів, незавершеним податковим адмініструванням, недостатнім суспільним захистом інтересів і прав інноваційних підприємців, відсутністю державної політики підтримки інноваційного підприємництва.

Основна увага інноваційної політики в технологічно розвинених країнах концентрується на малих і середніх підприємствах, тому що вони становлять основу для інноваційного розвитку транснаціональних корпорацій. Великим компаніям спрямовується підтримка в основному в непрямій формі через ринкове регулювання, пільговий податковий режим для НДДКР, підготовку вчених, державне фінансування фундаментальних досліджень і т. інше. Особлива увага приділяється створенню сприятливих умов для розвитку малого бізнесу в найбільш перспективних сферах, таких, як науково-технічна, інформаційна, реінжиніринг і т.д. [39].

2.3 Торговельне підприємництво

Найбільший розвиток у перші роки переходу до ринку в Україні одержало торговельне підприємництво. Воно характеризується операціями й угодами по купівлі і продажу товарів і послуг. Тут швидше можна одержати віддачу. Ця сфера, багато в чому обмежена раніше, стала стрімко розвиватися головним чином як індивідуальне підприємництво. Якщо виробнича діяльність забезпечує, як правило, 10-12% рентабельності підприємства, фірми, то комерційна – 20-30%, а нерідко і вище.

Торговельне підприємництво – це діяльність, пов'язана з обміном, розподілом та споживанням товарів і послуг.

Змістом торговельного 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 і засоби виробництва.

Залежно від ринку (внутрішнього чи зовнішнього), в межах якого здійснюється товарний обіг, господарсько-торговельна діяльність виступає як внутрішня торгівля або зовнішня торгівля.

Торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в таких формах: матеріально-технічне постачання і збут; енергопостачання; заготівля; оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво (агентська діяльність) у здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність з забезпечення реалізації товарів (послуг) у сфері обігу.

Господарсько-торговельна діяльність опосередковується господарськими договорами поставки, контракції сільськогосподарської продукції, енергопостачання, купівлі-продажу, оренди, міни (бартеру), лізингу та іншими договорами. За договором поставки одна сторона – постачальник зобов'язується передати (поставити) у зумовлені строки (строк) другій стороні – покупцеві товар (товари), а покупець зобов'язується прийняти вказаний товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму. Умови договорів поставки повинні викладатися сторонами відповідно до вимог Міжнародних правил щодо тлумачення термінів «Інкотермс».

Договір поставки може бути укладений на один рік, на строк більше одного року (довгостроковий договір) або на інший строк, визначений угодою сторін. Якщо в договорі строк його дії не визначений, він вважається укладеним на один рік.

Підприємець закупає товар у власника товарів. Товар є для комерсантів визначальним чинником бізнесу. Підприємець сплачує за товар його власнику грошову суму, яка залежить від обсягу товару та його ціни на ринку продажу, як правило, за оптовими цінами, які значно менші, ніж ринкові роздрібні ціни реалізації закуплених товарів. Тому під час реалізації всієї партії товару комерсант отримує відповідну виручку.

Основною формулою торговельної угоди є: «товар – гроші» при продажу та «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, ніж це здається на

Змістом торговельного 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 і засоби виробництва.

Залежно від ринку (внутрішнього чи зовнішнього), в межах якого здійснюється товарний обіг, господарсько-торговельна діяльність виступає як внутрішня торгівля або зовнішня торгівля.

Торговельна діяльність може здійснюватися суб'єктами господарювання в таких формах: матеріально-технічне постачання і збут; енергопостачання; заготівля; оптова торгівля; роздрібна торгівля і громадське харчування; продаж і передача в оренду засобів виробництва; комерційне посередництво (агентська діяльність) у здійсненні торговельної діяльності та інша допоміжна діяльність з забезпечення реалізації товарів (послуг) у сфері обігу.

Господарсько-торговельна діяльність опосередковується господарськими договорами поставки, контракції сільськогосподарської продукції, енергопостачання, купівлі-продажу, оренди, міни (бартеру), лізингу та іншими договорами. За договором поставки одна сторона – постачальник зобов'язується передати (поставити) у зумовлені строки (строк) другій стороні – покупцеві товар (товари), а покупець зобов'язується прийняти вказаний товар (товари) і сплатити за нього певну грошову суму. Умови договорів поставки повинні викладатися сторонами відповідно до вимог Міжнародних правил щодо тлумачення термінів «Інкотермс».

Договір поставки може бути укладений на один рік, на строк більше одного року (довгостроковий договір) або на інший строк, визначений угодою сторін. Якщо в договорі строк його дії не визначений, він вважається укладеним на один рік.

Підприємець закупає товар у власника товарів. Товар є для комерсантів визначальним чинником бізнесу. Підприємець сплачує за товар його власнику грошову суму, яка залежить від обсягу товару та його ціни на ринку продажу, як правило, за оптовими цінами, які значно менші, ніж ринкові роздрібні ціни реалізації закуплених товарів. Тому під час реалізації всієї партії товару комерсант отримує відповідну виручку.

Основною формулою торговельної угоди є: «товар – гроші» при продажу та «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, ніж це здається на

перший погляд. Комерційне підприємництво включає пошук, закупівлю товару будь-якого виду і типу, забезпечує його збереження, транспортування, доставку в торговельне підприємство (місце), продаж товару, а інколи і післяпродажне обслуговування покупця-споживача, наприклад, доставку додому, встановлення, налагодження, усунення дефектів тощо. Торгівля включає також і документальне оформлення торговельної угоди.

Суб'єктами торговельного підприємництва є магазини, речові та продовольчі ринки, біржі, виставки-продажі, аукціони, торговельні домми, ярмарки, торговельні бази, інші заклади торгівлі, у тому числі комерційні (торговельні) кіоски та намети.

Роздрібна торгівля товарами здійснюється в торгових підприємствах. Власники підприємств торгівлі і громадського харчування повинні забезпечити:

— відповідність виробничого приміщення (місця) чи будівлі для здійснення торговельної діяльності необхідним екологічним і санітарно-гігієнічним умовам, а технічного стану приміщення (місця), будівлі та устаткування – вимогам нормативних документів щодо зберігання, виробництва та продажу відповідних товарів, а також охорони праці;

— застосування прогресивних форм торговельного обслуговування населення;

— наявність на видному місці в торговельному приміщенні асортиментного переліку товарів, чинних санітарних і ветеринарних правил, правил продажу товарів та іншої необхідної нормативно-технічної документації та дотримання встановлених у них вимог.

Розрахунки за продаж товарів господарюючими суб'єктами здійснюються за готівку, в безготівковому порядку, за чеками банків та в іншому порядку. Касир або інший працівник, який одержує гроші за товар, під час розрахунку з покупцем повинен чітко назвати суму, одержану від покупця, і покласти одержані від нього гроші окремо на видному місці, оформити розрахунковий документ установленої форми на повну суму покупки, назвати покупцеві належну йому суму здачі і видати її разом з розрахунковим документом. При продажу технічно-складних товарів продавець зобов'язаний зробити у гарантійному талоні технічного паспорту відмітку про дату і місце продажу товару за підписом матеріально відповідальної особи, яку завіряють штампом або печаткою, а також представляють інформацію про підприємства (майстерні), які здійснюють гарантійний ремонт.

Покупець має право на:

- вільний вибір товару,
- перевірку його якості, комплектності, міри, ваги та ціни,
- демонстрування безпечного та правильного використання.

перший погляд. Комерційне підприємництво включає пошук, закупівлю товару будь-якого виду і типу, забезпечує його збереження, транспортування, доставку в торговельне підприємство (місце), продаж товару, а інколи і післяпродажне обслуговування покупця-споживача, наприклад, доставку додому, встановлення, налагодження, усунення дефектів тощо. Торгівля включає також і документальне оформлення торговельної угоди.

Суб'єктами торговельного підприємництва є магазини, речові та продовольчі ринки, біржі, виставки-продажі, аукціони, торговельні домми, ярмарки, торговельні бази, інші заклади торгівлі, у тому числі комерційні (торговельні) кіоски та намети.

Роздрібна торгівля товарами здійснюється в торгових підприємствах. Власники підприємств торгівлі і громадського харчування повинні забезпечити:

— відповідність виробничого приміщення (місця) чи будівлі для здійснення торговельної діяльності необхідним екологічним і санітарно-гігієнічним умовам, а технічного стану приміщення (місця), будівлі та устаткування – вимогам нормативних документів щодо зберігання, виробництва та продажу відповідних товарів, а також охорони праці;

— застосування прогресивних форм торговельного обслуговування населення;

— наявність на видному місці в торговельному приміщенні асортиментного переліку товарів, чинних санітарних і ветеринарних правил, правил продажу товарів та іншої необхідної нормативно-технічної документації та дотримання встановлених у них вимог.

Розрахунки за продаж товарів господарюючими суб'єктами здійснюються за готівку, в безготівковому порядку, за чеками банків та в іншому порядку. Касир або інший працівник, який одержує гроші за товар, під час розрахунку з покупцем повинен чітко назвати суму, одержану від покупця, і покласти одержані від нього гроші окремо на видному місці, оформити розрахунковий документ установленої форми на повну суму покупки, назвати покупцеві належну йому суму здачі і видати її разом з розрахунковим документом. При продажу технічно-складних товарів продавець зобов'язаний зробити у гарантійному талоні технічного паспорту відмітку про дату і місце продажу товару за підписом матеріально відповідальної особи, яку завіряють штампом або печаткою, а також представляють інформацію про підприємства (майстерні), які здійснюють гарантійний ремонт.

Покупець має право на:

- вільний вибір товару,
- перевірку його якості, комплектності, міри, ваги та ціни,
- демонстрування безпечного та правильного використання.

Вибрані покупцями непродовольчі товари можуть зберігатися в торговельному підприємстві протягом двох годин. Придбані великогабаритні товари (меблі, будівельні матеріали, піаніно, холодильники, пральні машини тощо) покупець має право залишити на зберігання в підприємстві, але не більш як на одну добу.

У разі продажу непродовольчих товарів для особистого користування (одяг, взуття, трикотажні вироби тощо) повинні бути створені умови для їх примірки, а складно технічних та інших, які потребують перевірки, – умови для її проведення [26].

Забороняється продаж товарів, що не мають належного товарного вигляду та із закінченим терміном придатності, а також товарів, що надійшли без документів, які засвідчують їх якість та безпеку. Забороняється обумовлення продажу одних товарів з обов'язковим придбанням інших або примушування покупця одержувати замість здачі інші товари.

Торгівля харчовими продуктами може проводитися в точках стаціонарної торговельної (продовольчі магазини, кіоски, ларьки, ринки) і пересувної мережі (лотки, візки). У торгівлі харчовими продуктами усе ширше впроваджуються нові форми обслуговування споживача. Це самообслуговування, продаж з відкритим викладенням продуктів, по попередніх замовленнях і з доставкою замовлених продуктів. У зв'язку з тим що харчові продукти, що реалізуються, у торговельній мережі не зазнають кулінарної обробки, особлива увага повинна приділятися умовам, у яких вони зберігаються й продаються. Перед продажем продукти звільняють від тари, перевіряють і розміщають у підсобних приміщеннях, де вони можуть бути захищені від тепла, світла, пилу. На ринках продаж харчових продуктів повинна проводитися на столах або на спеціально виділених місцях [27].



Рисунок 2.4 – Динаміка роздрібної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами [117].

Вибрані покупцями непродовольчі товари можуть зберігатися в торговельному підприємстві протягом двох годин. Придбані великогабаритні товари (меблі, будівельні матеріали, піаніно, холодильники, пральні машини тощо) покупець має право залишити на зберігання в підприємстві, але не більш як на одну добу.

У разі продажу непродовольчих товарів для особистого користування (одяг, взуття, трикотажні вироби тощо) повинні бути створені умови для їх примірки, а складно технічних та інших, які потребують перевірки, – умови для її проведення [26].

Забороняється продаж товарів, що не мають належного товарного вигляду та із закінченим терміном придатності, а також товарів, що надійшли без документів, які засвідчують їх якість та безпеку. Забороняється обумовлення продажу одних товарів з обов'язковим придбанням інших або примушування покупця одержувати замість здачі інші товари.

Торгівля харчовими продуктами може проводитися в точках стаціонарної торговельної (продовольчі магазини, кіоски, ларьки, ринки) і пересувної мережі (лотки, візки). У торгівлі харчовими продуктами усе ширше впроваджуються нові форми обслуговування споживача. Це самообслуговування, продаж з відкритим викладенням продуктів, по попередніх замовленнях і з доставкою замовлених продуктів. У зв'язку з тим що харчові продукти, що реалізуються, у торговельній мережі не зазнають кулінарної обробки, особлива увага повинна приділятися умовам, у яких вони зберігаються й продаються. Перед продажем продукти звільняють від тари, перевіряють і розміщають у підсобних приміщеннях, де вони можуть бути захищені від тепла, світла, пилу. На ринках продаж харчових продуктів повинна проводитися на столах або на спеціально виділених місцях [27].



Рисунок 2.4 – Динаміка роздрібної торгівлі продовольчими та непродовольчими товарами [117].

В умовах численних господарських зв'язків комерційні організації не в змозі розв'язати всі питання обігу власними зусиллями.

Тому надійними партнерами тут виступають посередники. Представниками посередницьких структур є установи та окремі особи, які знаходяться між підприємцем і споживачем. Посередницькі фірми здійснюють не лише брокерські (посередницькі) операції, а й можуть також здійснювати торгівлю на власний розсуд. Посередницький бізнес як різновид комерційного підприємництва дедалі більше поширюється в ринковій економіці.

Здійснення торговельно-біржової діяльності має на меті організацію та регулювання торгівлі шляхом надання послуг суб'єктам господарювання у здійсненні ними торговельних операцій спеціально утвореною господарською організацією – **товарною біржею**, діяльність якої регулюється Законом України «Про товарну біржу».

Товарна біржа є особливим суб'єктом господарювання, який надає послуги в укладенні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям. Товарна біржа – це різновид оптового товарного ринку без попереднього огляду покупцем зразків і заздалегідь установлених мінімальних партій товарів. Товарна біржа – найбільш розвинута форма регулярно функціонуючого оптового ринку масових замінників товарів (зерно, вугілля, метал, нафта, ліс і т.д.), що продаються по стандартах. Подібні біржі багато років діють у всіх економічно розвинутих країнах. Класичними прикладами служать спеціалізовані товарні біржі, такі, як Лондонська (кольорові метали), Ліверпульська (бавовна), Сінгапурська (каучук) і ін.

Товарна біржа створюється на основі добровільного об'єднання заінтересованих суб'єктів господарювання. Засновниками і членами товарної біржі не можуть бути органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також державні і комунальні підприємства, установи та організації.

Товарна біржа не займається комерційним посередництвом і не має на меті одержання прибутку. Товарні біржі виконують наступні основні функції:

- надання посередницьких послуг по виключенню торгових угод;
- упорядкування товарної торгівлі, регулювання торгових операцій і вирішення торгових суперечок;
- збір і публікацію інформації про ціни, стан виробництва й інші фактори, що впливають на ціни.

Товарна біржа зобов'язана:

- створювати умови для проведення біржової торгівлі;
- регулювати біржові операції;
- регулювати ціни на товари, що допускаються до обігу на біржі;

В умовах численних господарських зв'язків комерційні організації не в змозі розв'язати всі питання обігу власними зусиллями.

Тому надійними партнерами тут виступають посередники. Представниками посередницьких структур є установи та окремі особи, які знаходяться між підприємцем і споживачем. Посередницькі фірми здійснюють не лише брокерські (посередницькі) операції, а й можуть також здійснювати торгівлю на власний розсуд. Посередницький бізнес як різновид комерційного підприємництва дедалі більше поширюється в ринковій економіці.

Здійснення торговельно-біржової діяльності має на меті організацію та регулювання торгівлі шляхом надання послуг суб'єктам господарювання у здійсненні ними торговельних операцій спеціально утвореною господарською організацією – **товарною біржею**, діяльність якої регулюється Законом України «Про товарну біржу».

Товарна біржа є особливим суб'єктом господарювання, який надає послуги в укладенні біржових угод, виявленні попиту і пропозицій на товари, товарних цін, вивчає, упорядковує товарообіг і сприяє пов'язаним з ним торговельним операціям. Товарна біржа – це різновид оптового товарного ринку без попереднього огляду покупцем зразків і заздалегідь установлених мінімальних партій товарів. Товарна біржа – найбільш розвинута форма регулярно функціонуючого оптового ринку масових замінників товарів (зерно, вугілля, метал, нафта, ліс і т.д.), що продаються по стандартах. Подібні біржі багато років діють у всіх економічно розвинутих країнах. Класичними прикладами служать спеціалізовані товарні біржі, такі, як Лондонська (кольорові метали), Ліверпульська (бавовна), Сінгапурська (каучук) і ін.

Товарна біржа створюється на основі добровільного об'єднання заінтересованих суб'єктів господарювання. Засновниками і членами товарної біржі не можуть бути органи державної влади та органи місцевого самоврядування, а також державні і комунальні підприємства, установи та організації.

Товарна біржа не займається комерційним посередництвом і не має на меті одержання прибутку. Товарні біржі виконують наступні основні функції:

- надання посередницьких послуг по виключенню торгових угод;
- упорядкування товарної торгівлі, регулювання торгових операцій і вирішення торгових суперечок;
- збір і публікацію інформації про ціни, стан виробництва й інші фактори, що впливають на ціни.

Товарна біржа зобов'язана:

- створювати умови для проведення біржової торгівлі;
- регулювати біржові операції;
- регулювати ціни на товари, що допускаються до обігу на біржі;

- надавати членам і відвідувачам біржі організаційні, інформаційні та інші послуги;
- забезпечувати збір, обробку і розповсюдження інформації, що стосується кон'юнктури ринку.

Правила біржової торгівлі розробляються відповідно до законодавства і є основним документом, що регламентує порядок здійснення біржових операцій, ведення біржової торгівлі та розв'язання спорів з цих питань.

Біржовими торгами є торги, що публічно і гласно проводяться в торговельних залах біржі за участі членів біржі по товарах, допущених до реалізації на біржі в порядку, встановленому правилами біржової торгівлі. Біржові операції дозволяється здійснювати тільки членам біржі або брокерам – громадянам, зареєстрованим на біржі відповідно до її статуту для виконання доручень членів біржі, яких вони представляють, щодо здійснення біржових операцій.

Велику частину обігу товарних бірж складають угоди не з наявним товаром (так називані касові операції), а угоди з майбутнім товаром чи по договорах постачання (термінові угоди). Товарні біржі можуть бути закритими чи відкритими. У торгах на закритих біржах можуть брати участь тільки брокери – біржові посередники, що виступають між покупцем і продавцем, а в торгах на відкритих біржах – також відвідувачі. По характеру біржових операцій товарні біржі підрозділяються на біржі реального товару і ф'ючерсні, на яких здійснюються лише ф'ючерсні угоди. Такі угоди припускають сплату грошової суми за товар по ціні, встановленої в контракті, через визначений термін після закладення угоди.

В Україні станом на 01.07.2011р. зареєстровано 562 біржі.

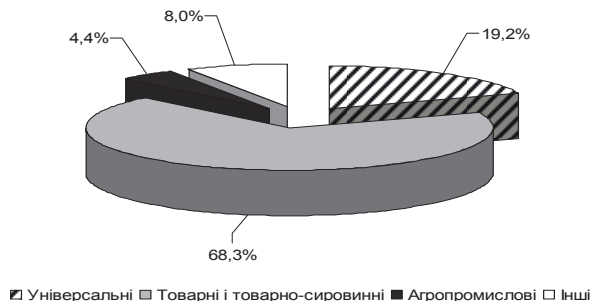


Рисунок 2.8 – Співвідношення по видах бірж станом на 1.07.2011р. (за даними Державного комітету статистики України).

- надавати членам і відвідувачам біржі організаційні, інформаційні та інші послуги;
- забезпечувати збір, обробку і розповсюдження інформації, що стосується кон'юнктури ринку.

Правила біржової торгівлі розробляються відповідно до законодавства і є основним документом, що регламентує порядок здійснення біржових операцій, ведення біржової торгівлі та розв'язання спорів з цих питань.

Біржовими торгами є торги, що публічно і гласно проводяться в торговельних залах біржі за участі членів біржі по товарах, допущених до реалізації на біржі в порядку, встановленому правилами біржової торгівлі. Біржові операції дозволяється здійснювати тільки членам біржі або брокерам – громадянам, зареєстрованим на біржі відповідно до її статуту для виконання доручень членів біржі, яких вони представляють, щодо здійснення біржових операцій.

Велику частину обігу товарних бірж складають угоди не з наявним товаром (так називані касові операції), а угоди з майбутнім товаром чи по договорах постачання (термінові угоди). Товарні біржі можуть бути закритими чи відкритими. У торгах на закритих біржах можуть брати участь тільки брокери – біржові посередники, що виступають між покупцем і продавцем, а в торгах на відкритих біржах – також відвідувачі. По характеру біржових операцій товарні біржі підрозділяються на біржі реального товару і ф'ючерсні, на яких здійснюються лише ф'ючерсні угоди. Такі угоди припускають сплату грошової суми за товар по ціні, встановленої в контракті, через визначений термін після закладення угоди.

В Україні станом на 01.07.2011р. зареєстровано 562 біржі.

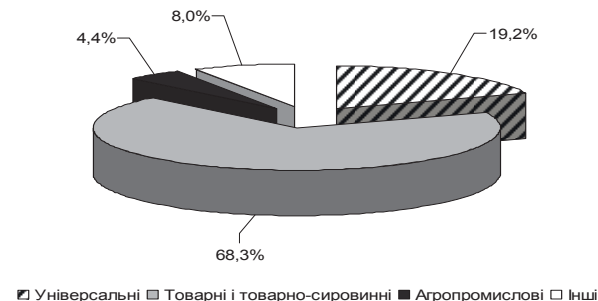


Рисунок 2.8 – Співвідношення по видах бірж станом на 1.07.2011р. (за даними Державного комітету статистики України).

Таблиця 2.9 – Вартість укладених угод на біржах України за видами товарів, млн. грн. [117]

	I квартал 2011р.	I півріччя 2011р.
Усього	18541,9	32418,2
Метал і металопродукція	0,4	4,2
Будівельні матеріали	34,7	93,0
Транспортні засоби	21,2	40,3
Лісоматеріали, деревина та вироби із деревини	171,0	448,4
Паливо	1130,1	4357,4
вугілля	632,5	2273,1
нафта сира	–	–
газовий конденсат	7,5	40,6
пропан і бутан скраплені	91,9	489,3
Хімічна продукція	10,9	10,9
Непродовольчі товари	7,1	8,0
Продукція рослинництва	11239,1	16905,3
Продукція тваринництва	1527,0	2166,6
Продукти харчування	3909,4	7364,7
Нерухомість	68,5	166,5
Земельні ділянки	0,2	3,4
Інші види	422,3	849,4

Міна (бартер) у сфері господарювання За договором міни (бартеру) кожна із сторін зобов'язується передати другій стороні у власність, повне господарське відання чи оперативне управління певний товар в обмін на інший товар.

Сторона договору вважається продавцем того товару, який вона передає в обмін, і покупцем товару, який вона одержує взамін. За погодженням сторін можлива грошова доплата за товар більшої вартості, що обмінюється на товар меншої вартості, якщо це не суперечить законодавству.

Не може бути об'єктом міни (бартеру) майно, віднесене законодавством до основних фондів, яке належить до державної або комунальної власності у разі якщо друга сторона договору міни (бартеру) не є відпо-

Таблиця 2.9 – Вартість укладених угод на біржах України за видами товарів, млн. грн. [117]

	I квартал 2011р.	I півріччя 2011р.
Усього	18541,9	32418,2
Метал і металопродукція	0,4	4,2
Будівельні матеріали	34,7	93,0
Транспортні засоби	21,2	40,3
Лісоматеріали, деревина та вироби із деревини	171,0	448,4
Паливо	1130,1	4357,4
вугілля	632,5	2273,1
нафта сира	–	–
газовий конденсат	7,5	40,6
пропан і бутан скраплені	91,9	489,3
Хімічна продукція	10,9	10,9
Непродовольчі товари	7,1	8,0
Продукція рослинництва	11239,1	16905,3
Продукція тваринництва	1527,0	2166,6
Продукти харчування	3909,4	7364,7
Нерухомість	68,5	166,5
Земельні ділянки	0,2	3,4
Інші види	422,3	849,4

Міна (бартер) у сфері господарювання За договором міни (бартеру) кожна із сторін зобов'язується передати другій стороні у власність, повне господарське відання чи оперативне управління певний товар в обмін на інший товар.

Сторона договору вважається продавцем того товару, який вона передає в обмін, і покупцем товару, який вона одержує взамін. За погодженням сторін можлива грошова доплата за товар більшої вартості, що обмінюється на товар меншої вартості, якщо це не суперечить законодавству.

Не може бути об'єктом міни (бартеру) майно, віднесене законодавством до основних фондів, яке належить до державної або комунальної власності у разі якщо друга сторона договору міни (бартеру) не є відпо-

відно державним чи комунальним підприємством. Законодавством можуть бути встановлені також інші особливості здійснення бартерних (товарообмінних) операцій, пов'язаних з придбанням і використанням окремих видів майна, а також здійснення таких операцій в окремих галузях господарювання.

До договору міни (бартеру) застосовуються правила, що регулюють договори купівлі-продажу, поставки, контрактації, елементи яких містяться в договорі міни (бартеру), якщо це не суперечить законодавству і відповідає суті відносин сторін.

Зберігання у товарному складі. Товарним складом визнається організація, що здійснює зберігання товарів та надає пов'язані із зберіганням послуги на засадах підприємницької діяльності.

Товарний склад є складом загального користування у разі, якщо із закону інших правових актів або виданого суб'єкту господарювання дозволу (ліцензії) випливає, що він зобов'язаний приймати на зберігання товари від будь-якого товаровласника.

Зберігання у товарному складі здійснюється за договором складського зберігання.

До регулювання відносин, що впливають із зберігання товарів за договором складського зберігання, застосовуються відповідні положення Цивільного кодексу України

Комерційне посередництво (агентська діяльність) є підприємницькою діяльністю, що полягає в наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє. Не є комерційними агентами підприємці, що діють хоча і в чужих інтересах, але від власного імені.

За агентським договором одна сторона (комерційний агент) зобов'язується надати послуги другій стороні (суб'єкту, якого представляє агент) в укладенні угод чи сприяти їх укладенню (надання фактичних послуг) від імені цього суб'єкта і за його рахунок.

Агентський договір повинен визначати сферу, характер і порядок виконання комерційним агентом посередницьких послуг, права та обов'язки сторін, умови і розмір винагороди комерційному агенту, строк дії договору, санкції у разі порушення сторонами умов договору, інші необхідні умови, визначені сторонами. Договором повинна бути передбачена умова щодо території, в межах якої комерційний агент здійснює діяльність, визначену угодою сторін. У разі якщо територію дії агента в договорі не визначено, вважається, що агент діє в межах території України.

Комерційний агент повідомляє суб'єкта, якого він представляє, про кожний випадок його посередництва в укладенні угод та про кожну укладену ним в інтересах цього суб'єкта угоду.

відно державним чи комунальним підприємством. Законодавством можуть бути встановлені також інші особливості здійснення бартерних (товарообмінних) операцій, пов'язаних з придбанням і використанням окремих видів майна, а також здійснення таких операцій в окремих галузях господарювання.

До договору міни (бартеру) застосовуються правила, що регулюють договори купівлі-продажу, поставки, контрактації, елементи яких містяться в договорі міни (бартеру), якщо це не суперечить законодавству і відповідає суті відносин сторін.

Зберігання у товарному складі. Товарним складом визнається організація, що здійснює зберігання товарів та надає пов'язані із зберіганням послуги на засадах підприємницької діяльності.

Товарний склад є складом загального користування у разі, якщо із закону інших правових актів або виданого суб'єкту господарювання дозволу (ліцензії) випливає, що він зобов'язаний приймати на зберігання товари від будь-якого товаровласника.

Зберігання у товарному складі здійснюється за договором складського зберігання.

До регулювання відносин, що впливають із зберігання товарів за договором складського зберігання, застосовуються відповідні положення Цивільного кодексу України

Комерційне посередництво (агентська діяльність) є підприємницькою діяльністю, що полягає в наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє. Не є комерційними агентами підприємці, що діють хоча і в чужих інтересах, але від власного імені.

За агентським договором одна сторона (комерційний агент) зобов'язується надати послуги другій стороні (суб'єкту, якого представляє агент) в укладенні угод чи сприяти їх укладенню (надання фактичних послуг) від імені цього суб'єкта і за його рахунок.

Агентський договір повинен визначати сферу, характер і порядок виконання комерційним агентом посередницьких послуг, права та обов'язки сторін, умови і розмір винагороди комерційному агенту, строк дії договору, санкції у разі порушення сторонами умов договору, інші необхідні умови, визначені сторонами. Договором повинна бути передбачена умова щодо території, в межах якої комерційний агент здійснює діяльність, визначену угодою сторін. У разі якщо територію дії агента в договорі не визначено, вважається, що агент діє в межах території України.

Комерційний агент повідомляє суб'єкта, якого він представляє, про кожний випадок його посередництва в укладенні угод та про кожну укладену ним в інтересах цього суб'єкта угоду.

Угода, укладена від імені суб'єкта, якого представляє комерційний агент, без повноваження на її кладення або з перевищенням наданого йому повноваження, вважається схваленою цим суб'єктом за умови, якщо він не відхилить перед третьою особою дії комерційного агента. Наступне схвалення угоди суб'єктом, якого представляє агент, робить угоду дійсною з дня її укладення.

У разі немонопольних агентських відносин Суб'єкт, якого представляє комерційний агент, має право довірити комерційне посередництво також іншим суб'єктам, повідомивши про це агента, а агент має право здійснювати комерційне посередництво також для інших суб'єктів господарювання, якщо інтереси суб'єктів, яких представляє комерційний агент, не є суперечливими у питаннях, для вирішення яких запрошений цей агент.

У разі монопольних агентських відносин комерційний агент, що представляє суб'єкта господарювання, не має права здійснювати комерційне посередництво для інших суб'єктів у межах, передбачених агентським договором.

Комерційний агент повинен особисто виконати дії, на які він уповноважений суб'єктом, якого він представляє. Якщо агентським договором не передбачено інше, комерційний агент не може передавати на свій розсуд іншим особам прав, якими він володіє в інтересах того, кого він представляє.

Відповідно до агентського договору комерційний агент одержує агентську винагороду за посередницькі операції, що здійснені ним в інтересах суб'єкта, якого він представляє, у розмірі, передбаченому договором. Сторони можуть передбачити в договорі, що комерційному агенту сплачується додаткова винагорода у разі, якщо він бере на себе зобов'язання гарантувати виконання угоди, укладеної ним в інтересах суб'єкта, якого він представляє.

Комерційний агент несе відповідальність за розголошення конфіденційної інформації відповідно до закону та договору.

2.4 Фінансове підприємництво

Фінансове підприємництво – це діяльність, де об'єктом кунівлі-продажу є специфічний товар – гроші, іноземна валюта, цінні папери.

Сутність фінансово-кредитного підприємництва полягає в тому, що підприємець придбаває головний фактор підприємництва у вигляді різних грошових коштів (грошей, валюти, цінних паперів) за грошову суму у власників грошових коштів. Придбані грошові кошти потім продаються покупцям за плату, що перевищує попередню грошову суму, у результаті чого утворюється підприємницький прибуток

Фінансове підприємництво належить до найскладніших видів підприємницької діяльності, воно сягає корінням у лихварство, відоме ще за

Угода, укладена від імені суб'єкта, якого представляє комерційний агент, без повноваження на її кладення або з перевищенням наданого йому повноваження, вважається схваленою цим суб'єктом за умови, якщо він не відхилить перед третьою особою дії комерційного агента. Наступне схвалення угоди суб'єктом, якого представляє агент, робить угоду дійсною з дня її укладення.

У разі немонопольних агентських відносин Суб'єкт, якого представляє комерційний агент, має право довірити комерційне посередництво також іншим суб'єктам, повідомивши про це агента, а агент має право здійснювати комерційне посередництво також для інших суб'єктів господарювання, якщо інтереси суб'єктів, яких представляє комерційний агент, не є суперечливими у питаннях, для вирішення яких запрошений цей агент.

У разі монопольних агентських відносин комерційний агент, що представляє суб'єкта господарювання, не має права здійснювати комерційне посередництво для інших суб'єктів у межах, передбачених агентським договором.

Комерційний агент повинен особисто виконати дії, на які він уповноважений суб'єктом, якого він представляє. Якщо агентським договором не передбачено інше, комерційний агент не може передавати на свій розсуд іншим особам прав, якими він володіє в інтересах того, кого він представляє.

Відповідно до агентського договору комерційний агент одержує агентську винагороду за посередницькі операції, що здійснені ним в інтересах суб'єкта, якого він представляє, у розмірі, передбаченому договором. Сторони можуть передбачити в договорі, що комерційному агенту сплачується додаткова винагорода у разі, якщо він бере на себе зобов'язання гарантувати виконання угоди, укладеної ним в інтересах суб'єкта, якого він представляє.

Комерційний агент несе відповідальність за розголошення конфіденційної інформації відповідно до закону та договору.

2.4 Фінансове підприємництво

Фінансове підприємництво – це діяльність, де об'єктом кунівлі-продажу є специфічний товар – гроші, іноземна валюта, цінні папери.

Сутність фінансово-кредитного підприємництва полягає в тому, що підприємець придбаває головний фактор підприємництва у вигляді різних грошових коштів (грошей, валюти, цінних паперів) за грошову суму у власників грошових коштів. Придбані грошові кошти потім продаються покупцям за плату, що перевищує попередню грошову суму, у результаті чого утворюється підприємницький прибуток

Фінансове підприємництво належить до найскладніших видів підприємницької діяльності, воно сягає корінням у лихварство, відоме ще за

часів Стародавньої Греції. Фінансове підприємництво здатне приносити не менші доходи, ніж комерційне, але вимагає більш високих вимог до знань і досвіду підприємців, продавців і покупців грошових коштів. В Україні спостерігається широке розповсюдження купівлі-продажу акцій, облігацій, кредитних відносин, розширення кола валютних операцій, розвинута система комерційних банків. Досвід фінансово-кредитного підприємництва в Україні свідчить про значний ризик всіх учасників цього виду підприємницької діяльності.

Агентами фінансового підприємництва є комерційні банки, фондові біржі, окремі фірми, навіть громадяни-підприємці [107].

Основним полем діяльності фінансового підприємництва є комерційні банки і фондові біржі.

Комерційний банк – це фінансово-кредитна установа акціонерного типу, що кредитує на платній основі переважно комерційні організації, що здійснює прийом грошових внесків (депозитів) і інші розрахункові операції з доручення клієнтів. Джерелом доходів комерційного банку є різниця між процентними ставками депозитних (притягнутих) і позичкових засобів.

Операції комерційних банків поділяються на три групи: пасивні (залучення засобів); активні (розміщення засобів); комісійно-посередницькі (виконання різних операцій з доручення клієнтів зі сплатою комісії).

Банки можуть функціонувати як універсальні, або як спеціалізовані – ощадні, інвестиційні, іпотечні, розрахункові (клірингові).

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слово «банк» без реєстрації цього суб'єкта як банку в Національному банку України, крім випадків, передбачених законом.

Банківська система України складається з Національного банку України та інших банків, а також філій іноземних банків.

Банки створюються у формі публічного акціонерного товариства або кооперативного банку. Учасниками банку можуть бути юридичні особи та громадяни, резиденти і нерезиденти, а також держава в особі Кабінету Міністрів України або уповноважених ним органів. Учасниками банку не можуть бути юридичні особи, в яких банк має істотну участь, об'єднання громадян, релігійні та благодійні організації. Банки мають право створювати банківські об'єднання. Умови та порядок створення, державної реєстрації, ліцензування діяльності та реорганізації банків, вимоги щодо статуту, формування статутного та інших фондів, а також здійснення функцій банків встановлюються законом «Про банки і банківську діяльність».

Фінансове посередництво здійснюється банками у формі банківських операцій. Основними видами банківських операцій є депозитні, розрахункові, кредитні, факторингові та лізингові операції.

Депозитні операції банків полягають у залученні коштів у вклади та розміщення ощадних (депозитних) сертифікатів. Депозити утворюються за рахунок коштів у готівковій або у безготівковій формі, у гривнях

часів Стародавньої Греції. Фінансове підприємництво здатне приносити не менші доходи, ніж комерційне, але вимагає більш високих вимог до знань і досвіду підприємців, продавців і покупців грошових коштів. В Україні спостерігається широке розповсюдження купівлі-продажу акцій, облігацій, кредитних відносин, розширення кола валютних операцій, розвинута система комерційних банків. Досвід фінансово-кредитного підприємництва в Україні свідчить про значний ризик всіх учасників цього виду підприємницької діяльності.

Агентами фінансового підприємництва є комерційні банки, фондові біржі, окремі фірми, навіть громадяни-підприємці [107].

Основним полем діяльності фінансового підприємництва є комерційні банки і фондові біржі.

Комерційний банк – це фінансово-кредитна установа акціонерного типу, що кредитує на платній основі переважно комерційні організації, що здійснює прийом грошових внесків (депозитів) і інші розрахункові операції з доручення клієнтів. Джерелом доходів комерційного банку є різниця між процентними ставками депозитних (притягнутих) і позичкових засобів.

Операції комерційних банків поділяються на три групи: пасивні (залучення засобів); активні (розміщення засобів); комісійно-посередницькі (виконання різних операцій з доручення клієнтів зі сплатою комісії).

Банки можуть функціонувати як універсальні, або як спеціалізовані – ощадні, інвестиційні, іпотечні, розрахункові (клірингові).

Суб'єкт господарювання не має права у своїй назві використовувати слово «банк» без реєстрації цього суб'єкта як банку в Національному банку України, крім випадків, передбачених законом.

Банківська система України складається з Національного банку України та інших банків, а також філій іноземних банків.

Банки створюються у формі публічного акціонерного товариства або кооперативного банку. Учасниками банку можуть бути юридичні особи та громадяни, резиденти і нерезиденти, а також держава в особі Кабінету Міністрів України або уповноважених ним органів. Учасниками банку не можуть бути юридичні особи, в яких банк має істотну участь, об'єднання громадян, релігійні та благодійні організації. Банки мають право створювати банківські об'єднання. Умови та порядок створення, державної реєстрації, ліцензування діяльності та реорганізації банків, вимоги щодо статуту, формування статутного та інших фондів, а також здійснення функцій банків встановлюються законом «Про банки і банківську діяльність».

Фінансове посередництво здійснюється банками у формі банківських операцій. Основними видами банківських операцій є депозитні, розрахункові, кредитні, факторингові та лізингові операції.

Депозитні операції банків полягають у залученні коштів у вклади та розміщення ощадних (депозитних) сертифікатів. Депозити утворюються за рахунок коштів у готівковій або у безготівковій формі, у гривнях

або в іноземній валюті, що розміщені юридичними особами чи громадянами (клієнтами) на їх рахунках у банку на договірних засадах на певний строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства та умов договору.

Розрахункові операції банків спрямовані на забезпечення взаємних розрахунків між учасниками господарських відносин, а також інших розрахунків у фінансовій сфері. Для здійснення розрахунків суб'єкти господарювання зберігають грошові кошти в установах банків на відповідних рахунках. Безготівкові розрахунки можуть здійснюватися у формі платіжних доручень, платіжних вимог, вимог-доручень, векселів, чеків, банківських платіжних карток та інших дебетових і кредитових платіжних інструментів, що застосовуються у міжнародній банківській практиці. При безготівкових розрахунках усі платежі провадяться через установи банків шляхом перерахування належних сум з рахунку платника на рахунок одержувача або шляхом заліку взаємних зобов'язань і грошових претензій. Платежі здійснюються у межах наявних коштів на рахунку платника. У разі потреби банк може надати платникові кредит для здійснення розрахунків. Установи банків забезпечують розрахунки відповідно до законодавства та вимог клієнта, на умовах договору на розрахункове обслуговування. Суб'єктам господарювання, які мають самостійний баланс, рахунки відкриваються для розрахунків за продукцію, виконані роботи, надані послуги, для виплати заробітної плати, сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), а також інших розрахунків, пов'язаних з фінансовим забезпеченням їх діяльності [92].

Суб'єкт підприємництва має право відкривати рахунки для зберігання грошових коштів, здійснення всіх видів операцій у будь-яких банках України та інших держав за своїм вибором і за згодою цих банків у порядку, встановленому Національним банком України.

Міжнародні розрахункові операції провадяться за грошовими вимогами і зобов'язаннями, що виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, суб'єктами господарювання, іншими юридичними особами та громадянами, які перебувають на території різних країн. Суб'єктами міжнародних розрахунків є експортери, імпортери і банки, які вступають у відносини, пов'язані з рухом товаророзпорядчих документів та операційним оформленням платежів. Міжнародні розрахунки регулюються нормами міжнародного права, банківськими звичками і правилами, умовами зовнішньоекономічних контрактів, валютним законодавством країн – учасниць розрахунків.

Загальні умови розрахункових відносин з іноземними державами визначаються міжнародними договорами. Міжнародні розрахунки здійснюються через установи банків, між якими є кореспондентські відносини (банки, що мають домовленість про проведення платежів та розрахунків за взаємним дорученням). Для здійснення міжнародних розрахунків ви-

або в іноземній валюті, що розміщені юридичними особами чи громадянами (клієнтами) на їх рахунках у банку на договірних засадах на певний строк зберігання або без зазначення такого строку і підлягають виплаті вкладнику відповідно до законодавства та умов договору.

Розрахункові операції банків спрямовані на забезпечення взаємних розрахунків між учасниками господарських відносин, а також інших розрахунків у фінансовій сфері. Для здійснення розрахунків суб'єкти господарювання зберігають грошові кошти в установах банків на відповідних рахунках. Безготівкові розрахунки можуть здійснюватися у формі платіжних доручень, платіжних вимог, вимог-доручень, векселів, чеків, банківських платіжних карток та інших дебетових і кредитових платіжних інструментів, що застосовуються у міжнародній банківській практиці. При безготівкових розрахунках усі платежі провадяться через установи банків шляхом перерахування належних сум з рахунку платника на рахунок одержувача або шляхом заліку взаємних зобов'язань і грошових претензій. Платежі здійснюються у межах наявних коштів на рахунку платника. У разі потреби банк може надати платникові кредит для здійснення розрахунків. Установи банків забезпечують розрахунки відповідно до законодавства та вимог клієнта, на умовах договору на розрахункове обслуговування. Суб'єктам господарювання, які мають самостійний баланс, рахунки відкриваються для розрахунків за продукцію, виконані роботи, надані послуги, для виплати заробітної плати, сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), а також інших розрахунків, пов'язаних з фінансовим забезпеченням їх діяльності [92].

Суб'єкт підприємництва має право відкривати рахунки для зберігання грошових коштів, здійснення всіх видів операцій у будь-яких банках України та інших держав за своїм вибором і за згодою цих банків у порядку, встановленому Національним банком України.

Міжнародні розрахункові операції провадяться за грошовими вимогами і зобов'язаннями, що виникають при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності між державами, суб'єктами господарювання, іншими юридичними особами та громадянами, які перебувають на території різних країн. Суб'єктами міжнародних розрахунків є експортери, імпортери і банки, які вступають у відносини, пов'язані з рухом товаророзпорядчих документів та операційним оформленням платежів. Міжнародні розрахунки регулюються нормами міжнародного права, банківськими звичками і правилами, умовами зовнішньоекономічних контрактів, валютним законодавством країн – учасниць розрахунків.

Загальні умови розрахункових відносин з іноземними державами визначаються міжнародними договорами. Міжнародні розрахунки здійснюються через установи банків, між якими є кореспондентські відносини (банки, що мають домовленість про проведення платежів та розрахунків за взаємним дорученням). Для здійснення міжнародних розрахунків ви-

користуються комерційні документи: коносамент, накладна, рахунок-фактура, страхові документи (страховий поліс, сертифікат), документ про право власності та інші комерційні документи. Фінансовими документами, що використовуються для здійснення міжнародних розрахунків, є простий вексель, переказний вексель, боргова розписка, чек та інші документи, що використовуються для одержання платежу.

Кредитні операції полягають у розміщенні банками від свого імені, на власних умовах та на власний ризик залучених коштів юридичних осіб (позичальників) та громадян. Кредитні відносини здійснюються на підставі кредитного договору, що укладається між кредитором і позичальником у письмовій формі. У кредитному договорі передбачаються мета, сума і строк кредиту, умови і порядок його видачі та погашення, види забезпечення зобов'язань позичальника, відсоткові ставки, порядок плати за кредит, обов'язки, права і відповідальність сторін щодо видачі та погашення кредиту. Для одержання банківського кредиту позичальник надає банкові такі документи:

- клопотання (заяву), в якому зазначаються характер кредитної угоди, мета використання кредиту, сума позички і строк користування нею;
- техніко-економічне обґрунтування кредитного заходу та розрахунок економічного ефекту від його реалізації;
- інші необхідні документи.

Для зниження ступеня ризику банк надає кредит позичальникові за наявності гарантії платоспроможного суб'єкта господарювання чи поручництва іншого банку, під заставу належного позичальникові майна, під інші гарантії, прийняті у банківській практиці. З цією метою банк має право попередньо вивчити стан господарської діяльності позичальника, його платоспроможність та спрогнозувати ризик непогашення кредиту.

Кредити надаються банком під відсоток, ставка якого, як правило, не може бути нижчою від відсоткової ставки за кредитами, які бере сам банк, і відсоткової ставки, що виплачується ним по депозитах. Надання безвідсоткових кредитів забороняється, крім випадків, передбачених законом.

У сфері господарювання можуть використовуватися банківський, комерційний, лізинговий, іпотечний та інші форми кредиту [107].

Кредити, які надаються банками, розрізняються за:

- строками користування (короткострокові – до одного року, середньострокові – до трьох років, довгострокові – понад три роки);
- способом забезпечення;
- ступенем ризику;
- методами надання;
- строками погашення;
- іншими умовами надання, користування або погашення.

Банк здійснює контроль за виконанням умов кредитного договору, цільовим використанням,

користуються комерційні документи: коносамент, накладна, рахунок-фактура, страхові документи (страховий поліс, сертифікат), документ про право власності та інші комерційні документи. Фінансовими документами, що використовуються для здійснення міжнародних розрахунків, є простий вексель, переказний вексель, боргова розписка, чек та інші документи, що використовуються для одержання платежу.

Кредитні операції полягають у розміщенні банками від свого імені, на власних умовах та на власний ризик залучених коштів юридичних осіб (позичальників) та громадян. Кредитні відносини здійснюються на підставі кредитного договору, що укладається між кредитором і позичальником у письмовій формі. У кредитному договорі передбачаються мета, сума і строк кредиту, умови і порядок його видачі та погашення, види забезпечення зобов'язань позичальника, відсоткові ставки, порядок плати за кредит, обов'язки, права і відповідальність сторін щодо видачі та погашення кредиту. Для одержання банківського кредиту позичальник надає банкові такі документи:

- клопотання (заяву), в якому зазначаються характер кредитної угоди, мета використання кредиту, сума позички і строк користування нею;
- техніко-економічне обґрунтування кредитного заходу та розрахунок економічного ефекту від його реалізації;
- інші необхідні документи.

Для зниження ступеня ризику банк надає кредит позичальникові за наявності гарантії платоспроможного суб'єкта господарювання чи поручництва іншого банку, під заставу належного позичальникові майна, під інші гарантії, прийняті у банківській практиці. З цією метою банк має право попередньо вивчити стан господарської діяльності позичальника, його платоспроможність та спрогнозувати ризик непогашення кредиту.

Кредити надаються банком під відсоток, ставка якого, як правило, не може бути нижчою від відсоткової ставки за кредитами, які бере сам банк, і відсоткової ставки, що виплачується ним по депозитах. Надання безвідсоткових кредитів забороняється, крім випадків, передбачених законом.

У сфері господарювання можуть використовуватися банківський, комерційний, лізинговий, іпотечний та інші форми кредиту [107].

Кредити, які надаються банками, розрізняються за:

- строками користування (короткострокові – до одного року, середньострокові – до трьох років, довгострокові – понад три роки);
- способом забезпечення;
- ступенем ризику;
- методами надання;
- строками погашення;
- іншими умовами надання, користування або погашення.

Банк здійснює контроль за виконанням умов кредитного договору, цільовим використанням,

Банки здійснюють кредитні операції в межах кредитних ресурсів, які вони утворюють у процесі своєї діяльності. Вони можуть позичати один в одного на договірних засадах ресурси, залучати та розмішувати кошти у формі депозитів, вкладів і здійснювати взаємні операції, передбачені їх статутами. У разі недостатності коштів для здійснення кредитних операцій і виконання взятих на себе зобов'язань банки можуть одержувати позички у Національного банку України.

Банк має право укласти договір факторингу (фінансування під відступлення права грошової вимоги), за яким він передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження іншої сторони за плату, а інша сторона відступає або зобов'язується відступити банку своє право грошової вимоги до третьої особи. Банки мають право придбавати за власні кошти засоби виробництва для передачі їх у лізинг

Особливою формою фінансового підприємництва є **страхове підприємництво**. Кожен підприємець діє на свій страх і ризик і не може обійтися без надійного страхування на випадок небезпеки.

Страхування – це діяльність спеціально уповноважених державних організацій та суб'єктів господарювання (страховиків), пов'язана з наданням страхових послуг юридичним особам або громадянам (страхувальникам) щодо захисту їх майнових інтересів у разі настання визначених законом чи договором страхування подій (страхових випадків), за рахунок грошових фондів, які формуються шляхом сплати страхувальниками страхових платежів.

Страхування може здійснюватися на основі договору між страхувальником і страховиком (добровільне страхування) або на основі закону (обов'язкове страхування).

Суб'єкти господарювання з метою страхового захисту їх майнових інтересів можуть створювати товариства взаємного страхування в порядку і на умовах, визначених законодавством.

Суб'єкти господарювання – страховики здійснюють страхову діяльність за умови одержання ліцензії на право проведення певного виду страхування. Страховик має право займатися лише тими видами страхування, які визначені в ліцензії.

Найбільш відомі три види страхування: страхування життя і здоров'я, майна, відповідальності.

При страхуванні життя і здоров'я страховик зобов'язується видати страхувальнику відповідну суму коштів залежно від втрати здоров'я, зумовленої нещасним випадком. За умови втрати життя сума коштів, зазначена в угоді, надається спадкоємцям страхувальника.

При страхуванні майна здійснюється його оцінка, і в страховому контракті встановлюється частка компенсації вартості втраченого майна (наприклад, від пожежі, аварії або викрадення автомобіля тощо), залежно від завданого збитку.

Банки здійснюють кредитні операції в межах кредитних ресурсів, які вони утворюють у процесі своєї діяльності. Вони можуть позичати один в одного на договірних засадах ресурси, залучати та розмішувати кошти у формі депозитів, вкладів і здійснювати взаємні операції, передбачені їх статутами. У разі недостатності коштів для здійснення кредитних операцій і виконання взятих на себе зобов'язань банки можуть одержувати позички у Національного банку України.

Банк має право укласти договір факторингу (фінансування під відступлення права грошової вимоги), за яким він передає або зобов'язується передати грошові кошти в розпорядження іншої сторони за плату, а інша сторона відступає або зобов'язується відступити банку своє право грошової вимоги до третьої особи. Банки мають право придбавати за власні кошти засоби виробництва для передачі їх у лізинг

Особливою формою фінансового підприємництва є **страхове підприємництво**. Кожен підприємець діє на свій страх і ризик і не може обійтися без надійного страхування на випадок небезпеки.

Страхування – це діяльність спеціально уповноважених державних організацій та суб'єктів господарювання (страховиків), пов'язана з наданням страхових послуг юридичним особам або громадянам (страхувальникам) щодо захисту їх майнових інтересів у разі настання визначених законом чи договором страхування подій (страхових випадків), за рахунок грошових фондів, які формуються шляхом сплати страхувальниками страхових платежів.

Страхування може здійснюватися на основі договору між страхувальником і страховиком (добровільне страхування) або на основі закону (обов'язкове страхування).

Суб'єкти господарювання з метою страхового захисту їх майнових інтересів можуть створювати товариства взаємного страхування в порядку і на умовах, визначених законодавством.

Суб'єкти господарювання – страховики здійснюють страхову діяльність за умови одержання ліцензії на право проведення певного виду страхування. Страховик має право займатися лише тими видами страхування, які визначені в ліцензії.

Найбільш відомі три види страхування: страхування життя і здоров'я, майна, відповідальності.

При страхуванні життя і здоров'я страховик зобов'язується видати страхувальнику відповідну суму коштів залежно від втрати здоров'я, зумовленої нещасним випадком. За умови втрати життя сума коштів, зазначена в угоді, надається спадкоємцям страхувальника.

При страхуванні майна здійснюється його оцінка, і в страховому контракті встановлюється частка компенсації вартості втраченого майна (наприклад, від пожежі, аварії або викрадення автомобіля тощо), залежно від завданого збитку.

Страхування відповідальності – це страхування заборгованості, тобто відповідальності боржників. Припустимо, що банк надав позичальнику кредит. Існує ризик, що позичальник виявиться безвідповідальною особою і не сплатить кредит у певний строк, не сплатить проценти за кредит. Щоб підстрахуватися на такий випадок, банк укладає зі страховою компанією угоду, в якій визначаються умови відшкодування втрат у зв'язку з несплатою кредитів.

Предметом безпосередньої діяльності страховика може бути лише страхування, перестраховування та фінансова діяльність, пов'язана з формуванням, розміщенням страхових резервів та управлінням ними. Допускається здійснення вказаних видів діяльності у вигляді надання послуг для інших страховиків за договорами про спільну діяльність.

За договором страхування страховик зобов'язується у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальнику або іншій особі, визначеній страхувальником у договорі страхування, а страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору.

При укладенні договору страхування страховик має право вимагати у страхувальника довідку про його фінансовий стан, підтверджену аудитором (аудиторською організацією).

Укладення договору страхування може посвідчуватися страховим свідоцтвом (полісом, сертифікатом), що є формою договору страхування.

Для забезпечення функціонування ринку цінних паперів утворюється **фондова біржа**. Фондова біржа створюється засновниками – торговцями цінними паперами в порядку, встановленому законом України «Про цінні папери і фондову біржу».

Під фондовою біржею розуміється організаційно оформлений, регулярно функціонуючий ринок цінних паперів, що сприяє підвищенню мобільності капіталу і виявленню реальної вартості активів.

Діяльність фондової біржі спрямовується виключно на організацію укладання угод купівлі-продажу цінних паперів та їх похідних. Фондова біржа не може здійснювати операції з цінними паперами від власного імені та за дорученням клієнтів, а також виконувати функції депозитарію.

На фондовій біржі проводиться так зване котирування цінних паперів. Воно полягає в регулярній оцінці фахівцями котирувального відділу біржі курсів покупців і курсів продавців по всім цінним паперам, що проходять через біржу. При цьому поточні курси постійно демонструються на світловому табло і регулярно публікуються в спеціальних бюлетенях. Поточні курси показують, за якою ціною в даний момент на даній біржі можна купити визначені акції. Ці ціни, розраховані по спеціальній формулі, є основою для одержання індексів біржової активності – своєрідних барометрів економічної кон'юнктури.

Страхування відповідальності – це страхування заборгованості, тобто відповідальності боржників. Припустимо, що банк надав позичальнику кредит. Існує ризик, що позичальник виявиться безвідповідальною особою і не сплатить кредит у певний строк, не сплатить проценти за кредит. Щоб підстрахуватися на такий випадок, банк укладає зі страховою компанією угоду, в якій визначаються умови відшкодування втрат у зв'язку з несплатою кредитів.

Предметом безпосередньої діяльності страховика може бути лише страхування, перестраховування та фінансова діяльність, пов'язана з формуванням, розміщенням страхових резервів та управлінням ними. Допускається здійснення вказаних видів діяльності у вигляді надання послуг для інших страховиків за договорами про спільну діяльність.

За договором страхування страховик зобов'язується у разі настання страхового випадку здійснити страхову виплату страхувальнику або іншій особі, визначеній страхувальником у договорі страхування, а страхувальник зобов'язується сплачувати страхові платежі у визначені строки та виконувати інші умови договору.

При укладенні договору страхування страховик має право вимагати у страхувальника довідку про його фінансовий стан, підтверджену аудитором (аудиторською організацією).

Укладення договору страхування може посвідчуватися страховим свідоцтвом (полісом, сертифікатом), що є формою договору страхування.

Для забезпечення функціонування ринку цінних паперів утворюється **фондова біржа**. Фондова біржа створюється засновниками – торговцями цінними паперами в порядку, встановленому законом України «Про цінні папери і фондову біржу».

Під фондовою біржею розуміється організаційно оформлений, регулярно функціонуючий ринок цінних паперів, що сприяє підвищенню мобільності капіталу і виявленню реальної вартості активів.

Діяльність фондової біржі спрямовується виключно на організацію укладання угод купівлі-продажу цінних паперів та їх похідних. Фондова біржа не може здійснювати операції з цінними паперами від власного імені та за дорученням клієнтів, а також виконувати функції депозитарію.

На фондовій біржі проводиться так зване котирування цінних паперів. Воно полягає в регулярній оцінці фахівцями котирувального відділу біржі курсів покупців і курсів продавців по всім цінним паперам, що проходять через біржу. При цьому поточні курси постійно демонструються на світловому табло і регулярно публікуються в спеціальних бюлетенях. Поточні курси показують, за якою ціною в даний момент на даній біржі можна купити визначені акції. Ці ціни, розраховані по спеціальній формулі, є основою для одержання індексів біржової активності – своєрідних барометрів економічної кон'юнктури.

Посередницькою діяльністю у сфері випуску та обігу цінних паперів є підприємницька діяльність суб'єктів господарювання (далі – **торговці цінними паперами**), для яких операції з цінними паперами становлять виключний вид їх діяльності або яким така діяльність дозволена законом.

Здійснення посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів допускається на основі ліцензії, що видається в порядку, встановленому законодавством.

Суб'єкти виключної посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів можуть здійснювати окремі види діяльності, пов'язані з обігом цінних паперів (надання консультацій власникам цінних паперів тощо).

Торговець цінними паперами, який має ліцензію на здійснення будь-якого виду посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів, не може безпосередньо або побічно володіти майном іншого торговця цінними паперами, вартість якого перевищує розмір, встановлений законом.

Торговець цінними паперами не може здійснювати торгівлю:

- цінними паперами власного випуску;
- акціями того емітента, у якого він безпосередньо або побічно володіє майном у розмірі понад п'ять відсотків статутного фонду.

У разі прийняття доручення на купівлю або продаж цінних паперів торговець цінними паперами зобов'язаний надавати особі, за дорученням і за рахунок якої він діє, інформацію про курс цінних паперів.

Торговець цінними паперами зобов'язаний надавати фондовій біржі інформацію щодо всіх укладених ним угод з цінними паперами в строки і порядку, що визначені правилами фондової біржі.

Суб'єкти господарювання в межах своєї компетенції та відповідно до встановленого законодавством порядку можуть **випускати та реалізовувати цінні папери**, а також придбавати цінні папери інших суб'єктів господарювання.

Порядок випуску та обігу цінних паперів визначається Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок» та регулюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

Емітент – юридична особа, яка випускає цінні папери.

Емісія – випуск цінних паперів, який повинен бути зареєстрований у Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку.

Цінним папером є документ встановленої форми з відповідними реквізитами, що посвідчує грошове або інше майнове право і визначає відносини між суб'єктом господарювання, який його випустив (видав), і власником та передбачає виконання зобов'язань згідно з умовами його випуску, а також можливість передачі прав, що впливають з цього документа, іншим особам. В Україні можуть випускатися і перебувати в обігу пайові, боргові та інші цінні папери. У сфері господарювання у випадках, передбачених законом, використовуються такі види цінних

Посередницькою діяльністю у сфері випуску та обігу цінних паперів є підприємницька діяльність суб'єктів господарювання (далі – **торговці цінними паперами**), для яких операції з цінними паперами становлять виключний вид їх діяльності або яким така діяльність дозволена законом.

Здійснення посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів допускається на основі ліцензії, що видається в порядку, встановленому законодавством.

Суб'єкти виключної посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів можуть здійснювати окремі види діяльності, пов'язані з обігом цінних паперів (надання консультацій власникам цінних паперів тощо).

Торговець цінними паперами, який має ліцензію на здійснення будь-якого виду посередницької діяльності у сфері випуску та обігу цінних паперів, не може безпосередньо або побічно володіти майном іншого торговця цінними паперами, вартість якого перевищує розмір, встановлений законом.

Торговець цінними паперами не може здійснювати торгівлю:

- цінними паперами власного випуску;
- акціями того емітента, у якого він безпосередньо або побічно володіє майном у розмірі понад п'ять відсотків статутного фонду.

У разі прийняття доручення на купівлю або продаж цінних паперів торговець цінними паперами зобов'язаний надавати особі, за дорученням і за рахунок якої він діє, інформацію про курс цінних паперів.

Торговець цінними паперами зобов'язаний надавати фондовій біржі інформацію щодо всіх укладених ним угод з цінними паперами в строки і порядку, що визначені правилами фондової біржі.

Суб'єкти господарювання в межах своєї компетенції та відповідно до встановленого законодавством порядку можуть **випускати та реалізовувати цінні папери**, а також придбавати цінні папери інших суб'єктів господарювання.

Порядок випуску та обігу цінних паперів визначається Законом України «Про цінні папери та фондовий ринок» та регулюється Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку.

Емітент – юридична особа, яка випускає цінні папери.

Емісія – випуск цінних паперів, який повинен бути зареєстрований у Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку.

Цінним папером є документ встановленої форми з відповідними реквізитами, що посвідчує грошове або інше майнове право і визначає відносини між суб'єктом господарювання, який його випустив (видав), і власником та передбачає виконання зобов'язань згідно з умовами його випуску, а також можливість передачі прав, що впливають з цього документа, іншим особам. В Україні можуть випускатися і перебувати в обігу пайові, боргові та інші цінні папери. У сфері господарювання у випадках, передбачених законом, використовуються такі види цінних

паперів: акції, облігації внутрішніх та зовнішніх державних позик, облігації місцевих позик, облігації підприємств, казначейські зобов'язання, ощадні (депозитні) сертифікати, векселі, сертифікати фондів операцій з нерухомістю (сертифікати ФОН), іпотечні сертифікати (сертифікати з фіксованою дохідністю, сертифікати участі), інші види цінних паперів.

Цінні папери можуть бути іменними або на пред'явника. Іменні цінні папери передаються шляхом повного індосаменту (передавальним записом, який засвідчує перехід прав за цінним папером до іншої особи). Цінні папери на пред'явника обертаються вільно. Порядок іменної ідентифікації цінних паперів у бездокументарній формі встановлюється законом. Розглянемо особливості акцій та облігацій у порівнянні (табл. 2.10).

Таблиця 2.10 – Порівняльна характеристика акцій та облігацій

Ознака	Акція	Облігація
Статус власника цінного папера	Власник частини майна товариства	Кредитор
Строк обігу	Необмежений	Обмежений
Дохід	Як правило, невизначений, негарантований	Визначений
Середній розмір доходу	Більший	Менший
Ризик	Більший	Менший

Акціонер є співвласником частки майна товариства, покупець облігації дає гроші у позику (є кредитором). Акціонер не має права вимагати в акціонерного товариства повернення вартості акцій, він може їх перепродати на фондовому ринку. Строк обігу акції не обмежений, дивіденди по акціях не гарантовані та сплачуються за рахунок чистого прибутку акціонерного товариства, якщо він є в даному періоді. Власнику облігацій емітент зобов'язаний повернути гроші через визначений період часу, а також сплатити певний процент. Рівень ризику більший в акціонера. У випадку банкрутства він одержує свою частку вартості майна в останню чергу. Акції забезпечують в середньому більший процент доходу. Облігації забезпечують більш надійний але невеликий дохід. Так, в США дохід з державних облігацій – 4%, облігацій підприємств – 8%; з простих акцій – 7–12%; за спекулятивними (ризиковими) акціях – 15–20 %. Ці дані відображають правило інвестування: небезпека втрати капіталу прямо пропорційна доходу.

Розрізняють такі види акцій:

- 1) за характером розпорядження: іменні; на пред'явника.
- 2) за розміром дивіденду: привілейовані; прості.

паперів: акції, облігації внутрішніх та зовнішніх державних позик, облігації місцевих позик, облігації підприємств, казначейські зобов'язання, ощадні (депозитні) сертифікати, векселі, сертифікати фондів операцій з нерухомістю (сертифікати ФОН), іпотечні сертифікати (сертифікати з фіксованою дохідністю, сертифікати участі), інші види цінних паперів.

Цінні папери можуть бути іменними або на пред'явника. Іменні цінні папери передаються шляхом повного індосаменту (передавальним записом, який засвідчує перехід прав за цінним папером до іншої особи). Цінні папери на пред'явника обертаються вільно. Порядок іменної ідентифікації цінних паперів у бездокументарній формі встановлюється законом. Розглянемо особливості акцій та облігацій у порівнянні (табл. 2.10).

Таблиця 2.10 – Порівняльна характеристика акцій та облігацій

Ознака	Акція	Облігація
Статус власника цінного папера	Власник частини майна товариства	Кредитор
Строк обігу	Необмежений	Обмежений
Дохід	Як правило, невизначений, негарантований	Визначений
Середній розмір доходу	Більший	Менший
Ризик	Більший	Менший

Акціонер є співвласником частки майна товариства, покупець облігації дає гроші у позику (є кредитором). Акціонер не має права вимагати в акціонерного товариства повернення вартості акцій, він може їх перепродати на фондовому ринку. Строк обігу акції не обмежений, дивіденди по акціях не гарантовані та сплачуються за рахунок чистого прибутку акціонерного товариства, якщо він є в даному періоді. Власнику облігацій емітент зобов'язаний повернути гроші через визначений період часу, а також сплатити певний процент. Рівень ризику більший в акціонера. У випадку банкрутства він одержує свою частку вартості майна в останню чергу. Акції забезпечують в середньому більший процент доходу. Облігації забезпечують більш надійний але невеликий дохід. Так, в США дохід з державних облігацій – 4%, облігацій підприємств – 8%; з простих акцій – 7–12%; за спекулятивними (ризиковими) акціях – 15–20 %. Ці дані відображають правило інвестування: небезпека втрати капіталу прямо пропорційна доходу.

Розрізняють такі види акцій:

- 1) за характером розпорядження: іменні; на пред'явника.
- 2) за розміром дивіденду: привілейовані; прості.

За простими акціями сплачується дивіденд, який залежить від прибутку акціонерного товариства. За привілейованими акціями дивіденди сплачуються у першу чергу. Вони також дають право одержати частку майна у першу чергу (порівняно з власниками простих акцій) при ліквідації товариства. Але власники привілейованих акцій не мають права брати участь в управлінні акціонерним товариством. Привілейовані акції можуть випускатись з фіксованим дивідендом (в процентах до номінальної вартості) незалежно від розміру прибутку акціонерного товариства. Якщо прибутку не вистачає, дивіденди за цими акціями сплачуються за рахунок резервного фонду. Вартість привілейованих акцій може становити до 10% статутного фонду.

Ще існують засновницькі акції, якими звичайно володіють засновники або менеджери акціонерного товариства. За такими акціями дивіденди не нараховуються до тих пір, поки за простими акціями вони не сплачені до певної величини. Якщо ця умова виконана, то решта прибутку розподіляється між власниками засновницьких акцій. Такі акції є вигідними, коли акціонерне товариство отримує великі прибутки. Засновницькі акції можуть також надавати додаткові права з управління товариством.

Відомості про акціонерів і кількість акцій заносяться до реєстру, який веде незалежний реєстратор, що обслуговує це акціонерне товариство.

План розміщення акцій складається при первинному випуску акцій в процесі створення акціонерного товариства, а також при організації другої, третьої емісії акцій.

Розрізняють номінальну, емісійну та ринкову вартості акції.

Номінальна вартість вказується на акції та характеризує відповідну частину статутного фонду. Вона використовується для визначення дивідендів. При інфляції номінальна вартість повинна переоцінюватися. Номінальна вартість (B_n) акції може бути визначена за формулою:

$$B_n = \frac{C_\phi}{K_a},$$

де C_ϕ – статутний фонд товариства; K_a – кількість акцій.

Емісійна вартість – ціна, за якою акція продається на первісному ринку при заснуванні акціонерного товариства. Вона може відрізнитись від номіналу, тому що посередники можуть продавати акції емітента за більш високими цінами.

Ринкова вартість – це вартість, за якою акція оцінюється на вторинному ринку цінних паперів (коли акціонери продають акції іншим особам).

Курс акції (курсова вартість) – це її ціна на біржі у певний момент часу. Не всі акції котируються на біржах.

За простими акціями сплачується дивіденд, який залежить від прибутку акціонерного товариства. За привілейованими акціями дивіденди сплачуються у першу чергу. Вони також дають право одержати частку майна у першу чергу (порівняно з власниками простих акцій) при ліквідації товариства. Але власники привілейованих акцій не мають права брати участь в управлінні акціонерним товариством. Привілейовані акції можуть випускатись з фіксованим дивідендом (в процентах до номінальної вартості) незалежно від розміру прибутку акціонерного товариства. Якщо прибутку не вистачає, дивіденди за цими акціями сплачуються за рахунок резервного фонду. Вартість привілейованих акцій може становити до 10% статутного фонду.

Ще існують засновницькі акції, якими звичайно володіють засновники або менеджери акціонерного товариства. За такими акціями дивіденди не нараховуються до тих пір, поки за простими акціями вони не сплачені до певної величини. Якщо ця умова виконана, то решта прибутку розподіляється між власниками засновницьких акцій. Такі акції є вигідними, коли акціонерне товариство отримує великі прибутки. Засновницькі акції можуть також надавати додаткові права з управління товариством.

Відомості про акціонерів і кількість акцій заносяться до реєстру, який веде незалежний реєстратор, що обслуговує це акціонерне товариство.

План розміщення акцій складається при первинному випуску акцій в процесі створення акціонерного товариства, а також при організації другої, третьої емісії акцій.

Розрізняють номінальну, емісійну та ринкову вартості акції.

Номінальна вартість вказується на акції та характеризує відповідну частину статутного фонду. Вона використовується для визначення дивідендів. При інфляції номінальна вартість повинна переоцінюватися. Номінальна вартість (B_n) акції може бути визначена за формулою:

$$B_n = \frac{C_\phi}{K_a},$$

де C_ϕ – статутний фонд товариства; K_a – кількість акцій.

Емісійна вартість – ціна, за якою акція продається на первісному ринку при заснуванні акціонерного товариства. Вона може відрізнитись від номіналу, тому що посередники можуть продавати акції емітента за більш високими цінами.

Ринкова вартість – це вартість, за якою акція оцінюється на вторинному ринку цінних паперів (коли акціонери продають акції іншим особам).

Курс акції (курсова вартість) – це її ціна на біржі у певний момент часу. Не всі акції котируються на біржах.

Визначення ринкової вартості акції базується на наступних міркуваннях. Покупець або продавець акції на вторинному ринку оцінює сплачену суму як один із можливих альтернативних варіантів доходу:

- купити акцію і отримувати дивіденди;
- покласти гроші у банк і мати проценти.

Як мінімум, варіанти мають бути рівноцінними. Продавець акції втрачає доходи (дивіденди), тому він хоче отримати таку суму грошей, яка у вигляді банківського депозиту принесе йому такий самий дохід.

Ринкова вартість акції (B_p) з постійним дивідендом визначається за формулою:

$$B_p = \frac{D \cdot 100}{r} = B_n \cdot \frac{g}{r},$$

де B_p – ринкова вартість акції;

D – річна сума дивіденду на акцію;

r – процентна ставка за банківськими депозитами і надбавка за ризик;

B_n – номінальна вартість акції;

g – ставка дивіденду в процентах.

Наприклад, якщо акція щорічно приносить 36 грн дивіденду, а банківський процент по вкладах – 9 %, то ринкова вартість акції становить:

$$B_p = \frac{36 \cdot 100}{9} = 400 \text{ грн.}$$

Цю акцію будуть продавати на біржі в середньому за 400 грн. У кожний окремий момент часу курс акції залежить також від співвідношення попиту та пропозиції акцій.

В загальному випадку, ринкова вартість будь-якого цінного папера визначається таким чином:

$$B_p = \sum_t \frac{ГП_t}{\left(1 + \frac{r}{100}\right)^t},$$

де $ГП_t$ – очікуваний грошовий потік в t -му періоді;

r – мінімально допустима норма доходу в процентах.

За законодавством України ринкова вартість емісійних цінних паперів визначається:

1) для емісійних цінних паперів, які не перебувають в обігу на фондових біржах, – як вартість цінних паперів, визначена відповідно до законодавства про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність;

Визначення ринкової вартості акції базується на наступних міркуваннях. Покупець або продавець акції на вторинному ринку оцінює сплачену суму як один із можливих альтернативних варіантів доходу:

- купити акцію і отримувати дивіденди;
- покласти гроші у банк і мати проценти.

Як мінімум, варіанти мають бути рівноцінними. Продавець акції втрачає доходи (дивіденди), тому він хоче отримати таку суму грошей, яка у вигляді банківського депозиту принесе йому такий самий дохід.

Ринкова вартість акції (B_p) з постійним дивідендом визначається за формулою:

$$B_p = \frac{D \cdot 100}{r} = B_n \cdot \frac{g}{r},$$

де B_p – ринкова вартість акції;

D – річна сума дивіденду на акцію;

r – процентна ставка за банківськими депозитами і надбавка за ризик;

B_n – номінальна вартість акції;

g – ставка дивіденду в процентах.

Наприклад, якщо акція щорічно приносить 36 грн дивіденду, а банківський процент по вкладах – 9 %, то ринкова вартість акції становить:

$$B_p = \frac{36 \cdot 100}{9} = 400 \text{ грн.}$$

Цю акцію будуть продавати на біржі в середньому за 400 грн. У кожний окремий момент часу курс акції залежить також від співвідношення попиту та пропозиції акцій.

В загальному випадку, ринкова вартість будь-якого цінного папера визначається таким чином:

$$B_p = \sum_t \frac{ГП_t}{\left(1 + \frac{r}{100}\right)^t},$$

де $ГП_t$ – очікуваний грошовий потік в t -му періоді;

r – мінімально допустима норма доходу в процентах.

За законодавством України ринкова вартість емісійних цінних паперів визначається:

1) для емісійних цінних паперів, які не перебувають в обігу на фондових біржах, – як вартість цінних паперів, визначена відповідно до законодавства про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність;

2) для емісійних цінних паперів, що перебувають в обігу на фондових біржах, – як вартість цінних паперів, визначена відповідно до законодавства про цінні папери та фондовий ринок.

2.5 Підприємницька діяльність у сфері послуг

До послуг відносять майже всі види корисної діяльності, яка не створює матеріальних цінностей. Головним критерієм при цьому є невідчутний характер продукту, що виробляється у процесі її надання. Тому послуга корисна не як річ, а як діяльність. Споживання її, як правило, відбувається одночасно з процесом її створення, тобто з діяльністю.

На практиці сфера послуг є сукупністю багатьох видів діяльності, наслідком чого є велика різноманітність видів послуг. Нерідко послуга може супроводжуватись товаром (аудиторський звіт, комп'ютерна програма, кіноплівка та ін.).

Суттєвою характеристикою послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності і предметом торгівлі.

Послугу як об'єкт комерційної діяльності характеризують такі особливості [46]:

- 1) на відміну від товарів народного споживання послуги виробляються і споживаються здебільшого одночасно і не підлягають зберіганню;
- 2) торгівля послугами взаємопов'язана з торгівлею товарами народного споживання і впливає на неї;
- 3) ринок послуг більш захищений від іноземної конкуренції порівняно з сировинним ринком, ринком товарів народного споживання тощо;
- 4) не всі послуги, на відміну від інших об'єктів комерційної діяльності, придатні до широкого залучення в міжнародний господарський обіг.

У сукупності послуг розрізняють **матеріальні** (послуги, на які витрачається праця, наслідком якої є створення певних матеріальних благ) і **нематеріальні**. Характерними особливостями нематеріальних послуг є невідчутність (нематеріальний характер), невіддільність виробництва і споживання, неоднорідність (змінюваність), нездатність до зберігання.

Невідчутність (нематеріальний характер) послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, бачити, спробувати, транспортувати, зберігати, упакувати або вивчати до моменту отримання.

Класифікація послуг проводиться за такими критеріями [46]:

- 1) місце послуги в суспільному виробництві:
 - послуги, скеровані на виробниче споживання (транспортне перевезення вантажів, інжиніринг тощо);
 - послуги, скеровані на особисте споживання (туризм, готельний сервіс тощо);

2) для емісійних цінних паперів, що перебувають в обігу на фондових біржах, – як вартість цінних паперів, визначена відповідно до законодавства про цінні папери та фондовий ринок.

2.5 Підприємницька діяльність у сфері послуг

До послуг відносять майже всі види корисної діяльності, яка не створює матеріальних цінностей. Головним критерієм при цьому є невідчутний характер продукту, що виробляється у процесі її надання. Тому послуга корисна не як річ, а як діяльність. Споживання її, як правило, відбувається одночасно з процесом її створення, тобто з діяльністю.

На практиці сфера послуг є сукупністю багатьох видів діяльності, наслідком чого є велика різноманітність видів послуг. Нерідко послуга може супроводжуватись товаром (аудиторський звіт, комп'ютерна програма, кіноплівка та ін.).

Суттєвою характеристикою послуги є економічна цінність, що робить її об'єктом комерційної діяльності і предметом торгівлі.

Послугу як об'єкт комерційної діяльності характеризують такі особливості [46]:

- 1) на відміну від товарів народного споживання послуги виробляються і споживаються здебільшого одночасно і не підлягають зберіганню;
- 2) торгівля послугами взаємопов'язана з торгівлею товарами народного споживання і впливає на неї;
- 3) ринок послуг більш захищений від іноземної конкуренції порівняно з сировинним ринком, ринком товарів народного споживання тощо;
- 4) не всі послуги, на відміну від інших об'єктів комерційної діяльності, придатні до широкого залучення в міжнародний господарський обіг.

У сукупності послуг розрізняють **матеріальні** (послуги, на які витрачається праця, наслідком якої є створення певних матеріальних благ) і **нематеріальні**. Характерними особливостями нематеріальних послуг є невідчутність (нематеріальний характер), невіддільність виробництва і споживання, неоднорідність (змінюваність), нездатність до зберігання.

Невідчутність (нематеріальний характер) послуг означає, що їх неможливо продемонструвати, бачити, спробувати, транспортувати, зберігати, упакувати або вивчати до моменту отримання.

Класифікація послуг проводиться за такими критеріями [46]:

- 1) місце послуги в суспільному виробництві:
 - послуги, скеровані на виробниче споживання (транспортне перевезення вантажів, інжиніринг тощо);
 - послуги, скеровані на особисте споживання (туризм, готельний сервіс тощо);

- 2) роль у суспільстві та в інфраструктурі економіки:
 - послуги, які задовольняють споживчі потреби населення (побутові послуги, послуги охорони здоров'я тощо);
 - послуги, які мають інфраструктурний характер (фінансові, торгово-посередницькі послуги, франчайзинг тощо);
- 3) повторюваність послуг:
 - індивідуальні послуги (індивідуальне пошиття взуття, одягу тощо);
 - масові послуги (послуги громадського харчування, зв'язку тощо);
- 4) матеріаломісткість послуг:
 - матеріальні послуги, які здебільшого мають речовинний характер (інженерно-технічні, житлово-комунальні тощо);
 - нематеріальні послуги, які характеризуються виконанням інтелектуальних дій (інформаційно-консультаційні послуги, послуги освіти тощо);
- 5) характер витрат праці:
 - потребують праці висококваліфікованих фахівців (експертні послуги, послуги науки тощо);
 - не потребують праці висококваліфікованих фахівців (послуги пралень, хімічна чистка, фарбування тощо);
- 6) комплексність надання послуг:
 - комплексні, тобто набір групи послуг (торговельні, побутові послуги тощо);
 - основні, тобто конкретні види послуг (стоматологічні послуги, продаж білетів тощо);
 - супутні, які доповнюють набір основних послуг (доставка товарів за вказаною адресою покупця в процесі роздрібного продажу тощо);
 - допоміжні, які сприяють сервісному виконанню основної і супутньої послуги (дегустація продовольчих товарів у магазині тощо.);
- 7) зв'язок із процесом виробництва:
 - послуги, які є продовженням процесу виробництва (ремонт і будівництво житла, ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів тощо);
 - послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції (транспортно-експедиційні, торговельні, страхові послуги тощо);
 - послуги, не пов'язані з процесом виробництва (послуги у сфері культури, санаторно-курортні послуги тощо);
- 8) призначення послуг:
 - виробничі послуги (лізинг, інжиніринг, технічне обслуговування обладнання й устаткування тощо);
 - розподільчі послуги (торговельні, транспортні, послуги зв'язку тощо);
 - професійні послуги (банківські, фінансові, страхові послуги, консалтинг тощо);

- 2) роль у суспільстві та в інфраструктурі економіки:
 - послуги, які задовольняють споживчі потреби населення (побутові послуги, послуги охорони здоров'я тощо);
 - послуги, які мають інфраструктурний характер (фінансові, торгово-посередницькі послуги, франчайзинг тощо);
- 3) повторюваність послуг:
 - індивідуальні послуги (індивідуальне пошиття взуття, одягу тощо);
 - масові послуги (послуги громадського харчування, зв'язку тощо);
- 4) матеріаломісткість послуг:
 - матеріальні послуги, які здебільшого мають речовинний характер (інженерно-технічні, житлово-комунальні тощо);
 - нематеріальні послуги, які характеризуються виконанням інтелектуальних дій (інформаційно-консультаційні послуги, послуги освіти тощо);
- 5) характер витрат праці:
 - потребують праці висококваліфікованих фахівців (експертні послуги, послуги науки тощо);
 - не потребують праці висококваліфікованих фахівців (послуги пралень, хімічна чистка, фарбування тощо);
- 6) комплексність надання послуг:
 - комплексні, тобто набір групи послуг (торговельні, побутові послуги тощо);
 - основні, тобто конкретні види послуг (стоматологічні послуги, продаж білетів тощо);
 - супутні, які доповнюють набір основних послуг (доставка товарів за вказаною адресою покупця в процесі роздрібного продажу тощо);
 - допоміжні, які сприяють сервісному виконанню основної і супутньої послуги (дегустація продовольчих товарів у магазині тощо.);
- 7) зв'язок із процесом виробництва:
 - послуги, які є продовженням процесу виробництва (ремонт і будівництво житла, ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів тощо);
 - послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції (транспортно-експедиційні, торговельні, страхові послуги тощо);
 - послуги, не пов'язані з процесом виробництва (послуги у сфері культури, санаторно-курортні послуги тощо);
- 8) призначення послуг:
 - виробничі послуги (лізинг, інжиніринг, технічне обслуговування обладнання й устаткування тощо);
 - розподільчі послуги (торговельні, транспортні, послуги зв'язку тощо);
 - професійні послуги (банківські, фінансові, страхові послуги, консалтинг тощо);

— споживчі або масові послуги (послуги, пов'язані з домашнім господарством, дозвіллям, тощо);

— суспільні послуги (телебачення, радіо, освіта, культура тощо);

9) соціальний статус клієнтури:

— послуги, адресовані мало захищеним верствам населення (послуги дошкільного виховання, прокатних пунктів тощо);

— послуги, скеровані на працююче населення (побутові, соціально-культурні тощо);

— елітні види послуг (послуги грального бізнесу, екзотичний і розважальний міжнародний туризм тощо);

10) рівень комерціалізації послуг:

— платні послуги;

— безоплатні послуги;

11) періодичність надання:

— періодичні послуги (туристичні, оздоровчі тощо);

— постійні послуги (водо-, електропостачання тощо).

Існує велика різноманітність видів діяльності щодо надання послуг. Систематизацію послуг здійснюють залежно від їх специфічних особливостей та організації торгівлі ними в конкретній сфері споживання, виокремлюючи за певними критеріями відповідні групи (табл. 2.11). У свою чергу, види послуг поділяють на різновиди.

Таблиця 2.11 – Систематизація послуг) [46]

Група послуг	Вид послуг
Інжиніринг	Послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу. Послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції
Транспортні послуги	Транспортно-експлуатаційні. Транспортно-експедиційні. Транспортні зв'язки
Торговельно-посередницькі послуги	Страхові. Консигнаційні. Компенсаційні. Торговельні. Агентські. Брокерські. Комісійні. Аукціонні
Ліцензійні послуги	Франчайзинг. Патенти. Ноу-хау. Торговельні марки

— споживчі або масові послуги (послуги, пов'язані з домашнім господарством, дозвіллям, тощо);

— суспільні послуги (телебачення, радіо, освіта, культура тощо);

9) соціальний статус клієнтури:

— послуги, адресовані мало захищеним верствам населення (послуги дошкільного виховання, прокатних пунктів тощо);

— послуги, скеровані на працююче населення (побутові, соціально-культурні тощо);

— елітні види послуг (послуги грального бізнесу, екзотичний і розважальний міжнародний туризм тощо);

10) рівень комерціалізації послуг:

— платні послуги;

— безоплатні послуги;

11) періодичність надання:

— періодичні послуги (туристичні, оздоровчі тощо);

— постійні послуги (водо-, електропостачання тощо).

Існує велика різноманітність видів діяльності щодо надання послуг. Систематизацію послуг здійснюють залежно від їх специфічних особливостей та організації торгівлі ними в конкретній сфері споживання, виокремлюючи за певними критеріями відповідні групи (табл. 2.11). У свою чергу, види послуг поділяють на різновиди.

Таблиця 2.11 – Систематизація послуг) [46]

Група послуг	Вид послуг
Інжиніринг	Послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу. Послуги, що забезпечують нормальне функціонування процесу виробництва і реалізації продукції
Транспортні послуги	Транспортно-експлуатаційні. Транспортно-експедиційні. Транспортні зв'язки
Торговельно-посередницькі послуги	Страхові. Консигнаційні. Компенсаційні. Торговельні. Агентські. Брокерські. Комісійні. Аукціонні
Ліцензійні послуги	Франчайзинг. Патенти. Ноу-хау. Торговельні марки

Група послуг	Вид послуг
Фінансові послуги	Кредитні і розрахункові. Факторинг. Лізинг
Консалтинг	Експертні. Управлінські. Облікові. Аудиторські. Маркетингові. Екаутинг. Консультаційні. Інформаційні
Побутові послуги	Ремонт взуття. Індивідуальне пошиття взуття, швейних виробів та ін. Ремонт побутових машин і приладів. Ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів. Хімічне чищення та фарбування. Послуги пралень. Ремонт і будівництво житла. Послуги фото- і фотокінолабораторій. Послуги лазень і душів. Послуги перукарень. Послуги прокатних пунктів. Перевезення вантажів для населення. Ритуальні послуги
Соціально-культурні послуги	Санаторно-курортні й оздоровчі послуги. Послуги у сфері культури. Туристсько-екскурсійні послуги. Послуги з фізичної культури і спорту. Охорона здоров'я. Послуги з утримання дітей в дошкільних закладах
Житлово-комунальні послуги	Квартирні послуги. Послуги газопостачання. Послуги водопостачання. Послуги теплозабезпечення
Послуги пасажирського транспорту	Послуги міського транспорту. Послуги залізничного транспорту. Послуги авіаційного транспорту. Послуги морського і річкового транспорту

Група послуг	Вид послуг
Фінансові послуги	Кредитні і розрахункові. Факторинг. Лізинг
Консалтинг	Експертні. Управлінські. Облікові. Аудиторські. Маркетингові. Екаутинг. Консультаційні. Інформаційні
Побутові послуги	Ремонт взуття. Індивідуальне пошиття взуття, швейних виробів та ін. Ремонт побутових машин і приладів. Ремонт і технічне обслуговування транспортних засобів. Хімічне чищення та фарбування. Послуги пралень. Ремонт і будівництво житла. Послуги фото- і фотокінолабораторій. Послуги лазень і душів. Послуги перукарень. Послуги прокатних пунктів. Перевезення вантажів для населення. Ритуальні послуги
Соціально-культурні послуги	Санаторно-курортні й оздоровчі послуги. Послуги у сфері культури. Туристсько-екскурсійні послуги. Послуги з фізичної культури і спорту. Охорона здоров'я. Послуги з утримання дітей в дошкільних закладах
Житлово-комунальні послуги	Квартирні послуги. Послуги газопостачання. Послуги водопостачання. Послуги теплозабезпечення
Послуги пасажирського транспорту	Послуги міського транспорту. Послуги залізничного транспорту. Послуги авіаційного транспорту. Послуги морського і річкового транспорту

Група послуг	Вид послуг
Послуги зв'язку	Послуги телезв'язку. Послуги радіозв'язку
Торговельні послуги	Допродажні, в процесі продажу і післяпродажні послуги. Приймання замовлень на доставку великогабаритних товарів додому. Приймання замовлень на встановлення технічно складних товарів вдома у покупців. Надання допомоги при внутрімагазинному транспортуванні великогабаритних товарів. Стоянка автотранспорту. Незначна переробка побутової електроосвітлювальної апаратури. Надання розстрочки платежу під час купівлі товарів. Консультаційні послуги інженера з теле-, радіотехніки, побутових машин та приладів

Інжиніринг (англ. engineering, від engineer – проектувати, споруджувати) – надання виробничих, комерційних, науково-технічних та інших послуг спеціалізованими інженерно-консультативними фірмами, промисловими, будівельними та іншими компаніями. Він реалізується як сукупність інтелектуальних видів діяльності, пов'язаних з реалізацією проектів різного призначення за рахунок найраціональнішого підбору й ефективного використання матеріальних, трудових, технологічних та фінансових ресурсів, організації й управління, передових науково-технічних досягнень і з урахуванням конкретних умов і чинників здійснення проектів.

Екаунтинг (англ. accounting – облік, звітність) – збір, оброблення, аналіз, класифікація і оформлення різноманітної документації у сфері фінансів.

Транспортні послуги по перевезенню вантажів – послуги, пов'язані з перевезенням готової продукції, сировини та напівфабрикатів із місць виробництва до пунктів споживання або подальшого перероблення. Надають їх як безпосередні виробники продукції, так і спеціалізовані фірми.

Торговельно-посередницькі послуги – комерційна, представницька діяльність фізичних та юридичних осіб щодо здійснення окремих стадій торговельного обігу на договірній основі. Вони охоплюють всі операції щодо купівлі-продажу сировини, обладнання, нерухомості, товарів і послуг, цінних паперів, а також операції, пов'язані з організацією просування товарів на ринку.

Група послуг	Вид послуг
Послуги зв'язку	Послуги телезв'язку. Послуги радіозв'язку
Торговельні послуги	Допродажні, в процесі продажу і післяпродажні послуги. Приймання замовлень на доставку великогабаритних товарів додому. Приймання замовлень на встановлення технічно складних товарів вдома у покупців. Надання допомоги при внутрімагазинному транспортуванні великогабаритних товарів. Стоянка автотранспорту. Незначна переробка побутової електроосвітлювальної апаратури. Надання розстрочки платежу під час купівлі товарів. Консультаційні послуги інженера з теле-, радіотехніки, побутових машин та приладів

Інжиніринг (англ. engineering, від engineer – проектувати, споруджувати) – надання виробничих, комерційних, науково-технічних та інших послуг спеціалізованими інженерно-консультативними фірмами, промисловими, будівельними та іншими компаніями. Він реалізується як сукупність інтелектуальних видів діяльності, пов'язаних з реалізацією проектів різного призначення за рахунок найраціональнішого підбору й ефективного використання матеріальних, трудових, технологічних та фінансових ресурсів, організації й управління, передових науково-технічних досягнень і з урахуванням конкретних умов і чинників здійснення проектів.

Екаунтинг (англ. accounting – облік, звітність) – збір, оброблення, аналіз, класифікація і оформлення різноманітної документації у сфері фінансів.

Транспортні послуги по перевезенню вантажів – послуги, пов'язані з перевезенням готової продукції, сировини та напівфабрикатів із місць виробництва до пунктів споживання або подальшого перероблення. Надають їх як безпосередні виробники продукції, так і спеціалізовані фірми.

Торговельно-посередницькі послуги – комерційна, представницька діяльність фізичних та юридичних осіб щодо здійснення окремих стадій торговельного обігу на договірній основі. Вони охоплюють всі операції щодо купівлі-продажу сировини, обладнання, нерухомості, товарів і послуг, цінних паперів, а також операції, пов'язані з організацією просування товарів на ринку.

Ліцензійні послуги – послуги щодо надання права використання винаходу або іншого технічного досягнення на основі ліцензійної угоди.

Фінансові послуги – послуги, які здійснюють фінансові установи щодо поповнення обігових коштів, забезпечення інвестиційних та інших програм суб'єктів господарської, комерційної та іншої діяльності. Вони мають інфраструктурний характер, пов'язані із забезпеченням нормального перебігу технологічних, торговельних операцій на підприємствах за рахунок фінансування та інвестування вкладів, надання банківських послуг щодо проведення розрахункових операцій (наприклад, факторинг, лізинг тощо).

Консалтинг (англ. consulting, від consult – радитися, консультувати) – діяльність спеціалізованих компаній щодо надання інтелектуальних, інформаційних послуг суб'єктам ринку (виробникам, продавцям, покупцям) з різноманітних виробничих, організаційних, юридичних, маркетингових, фінансових та інших питань.

Побутові послуги – вид діяльності суб'єктів бізнесу щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника.

Соціально-культурні послуги – послуги, скеровані на задоволення соціальних проблем населення. Вони стосуються сфери охорони здоров'я, освіти, науки, культурних (туризм, мистецтво) та інших потреб.

Житлово-комунальні послуги – діяльність, пов'язана із забезпеченням санітарно-гігієнічних, енергетичних, транспортно-комунальних, готельних (інших місць короткотермінового проживання) потреб населення.

Послуги пасажирського транспорту – послуги щодо переміщення в просторі та часі пасажирів (багажу) з виробничими або приватними цілями.

Послуги зв'язку – діяльність, пов'язана зі встановленням та функціонуванням телефонного зв'язку, радіоточок, вуличних гучномовців, обслуговуванням мереж провідного мовлення, наданням в оренду трактів, каналів, ліній зв'язку та абонентських пристроїв.

Торговельні послуги – різноманітні види корисних дій, які додатково надають торговельні підприємства покупцям в процесі придбання або споживання товарів. Ці послуги мають споживчу вартість, яка може виражатися в матеріальній і нематеріальній формах. Більшість торговельних послуг надають за безпосереднього контакту із споживачем [46].

У I півріччі 2011 року обсяг реалізованих нефінансових послуг в Україні склав 116,1 млрд.грн., що вище рівня I півріччя 2010р. на 18,1% (у порівнянних цінах), із якого 86,4 млрд. грн., або 74,4% – обсяг реалізації послуг для підприємств, організацій, установ та інших споживачів (решта – для населення) [66] (рисунок 2.10).

Ведуть активну роботу на ринку послуг фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності (таблиця 2.12). Ними у I півріччі 2011р. реалізовано послуг різним групам споживачів на 20,1 млрд. грн., що склало 14,8% загального обсягу реалізованих послуг.

Ліцензійні послуги – послуги щодо надання права використання винаходу або іншого технічного досягнення на основі ліцензійної угоди.

Фінансові послуги – послуги, які здійснюють фінансові установи щодо поповнення обігових коштів, забезпечення інвестиційних та інших програм суб'єктів господарської, комерційної та іншої діяльності. Вони мають інфраструктурний характер, пов'язані із забезпеченням нормального перебігу технологічних, торговельних операцій на підприємствах за рахунок фінансування та інвестування вкладів, надання банківських послуг щодо проведення розрахункових операцій (наприклад, факторинг, лізинг тощо).

Консалтинг (англ. consulting, від consult – радитися, консультувати) – діяльність спеціалізованих компаній щодо надання інтелектуальних, інформаційних послуг суб'єктам ринку (виробникам, продавцям, покупцям) з різноманітних виробничих, організаційних, юридичних, маркетингових, фінансових та інших питань.

Побутові послуги – вид діяльності суб'єктів бізнесу щодо задоволення конкретної побутової потреби індивідуального замовника.

Соціально-культурні послуги – послуги, скеровані на задоволення соціальних проблем населення. Вони стосуються сфери охорони здоров'я, освіти, науки, культурних (туризм, мистецтво) та інших потреб.

Житлово-комунальні послуги – діяльність, пов'язана із забезпеченням санітарно-гігієнічних, енергетичних, транспортно-комунальних, готельних (інших місць короткотермінового проживання) потреб населення.

Послуги пасажирського транспорту – послуги щодо переміщення в просторі та часі пасажирів (багажу) з виробничими або приватними цілями.

Послуги зв'язку – діяльність, пов'язана зі встановленням та функціонуванням телефонного зв'язку, радіоточок, вуличних гучномовців, обслуговуванням мереж провідного мовлення, наданням в оренду трактів, каналів, ліній зв'язку та абонентських пристроїв.

Торговельні послуги – різноманітні види корисних дій, які додатково надають торговельні підприємства покупцям в процесі придбання або споживання товарів. Ці послуги мають споживчу вартість, яка може виражатися в матеріальній і нематеріальній формах. Більшість торговельних послуг надають за безпосереднього контакту із споживачем [46].

У I півріччі 2011 року обсяг реалізованих нефінансових послуг в Україні склав 116,1 млрд.грн., що вище рівня I півріччя 2010р. на 18,1% (у порівнянних цінах), із якого 86,4 млрд. грн., або 74,4% – обсяг реалізації послуг для підприємств, організацій, установ та інших споживачів (решта – для населення) [66] (рисунок 2.10).

Ведуть активну роботу на ринку послуг фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності (таблиця 2.12). Ними у I півріччі 2011р. реалізовано послуг різним групам споживачів на 20,1 млрд. грн., що склало 14,8% загального обсягу реалізованих послуг.

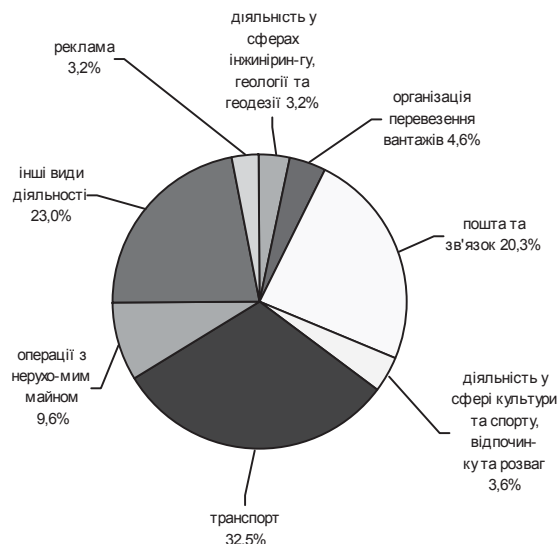


Рисунок 2.9 – Розподіл обсягу реалізованих послуг за видами економічної діяльності підприємств

Таблиця 2.12 – Структура обсягу послуг, реалізованих фізичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності [66]

Види економічної діяльності	Питома вага у загальному обсязі, %
Діяльність наземного транспорту	23,4
Операції з нерухомим майном	16,2
Надання індивідуальних послуг	9,0
Технічне обслуговування та ремонт автомобілів та мотоциклів	8,6
Організація перевезення вантажів	4,2
Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки	3,6
Розроблення програмного забезпечення та консультування у цій сфері	3,2
Консультування з питань комерційної діяльності та управління	2,8

Найбільша частка припадала на реалізацію послуг транспорту, другою за значимістю була частка обсягу послуг зі здійснення операцій з нерухомим майном.

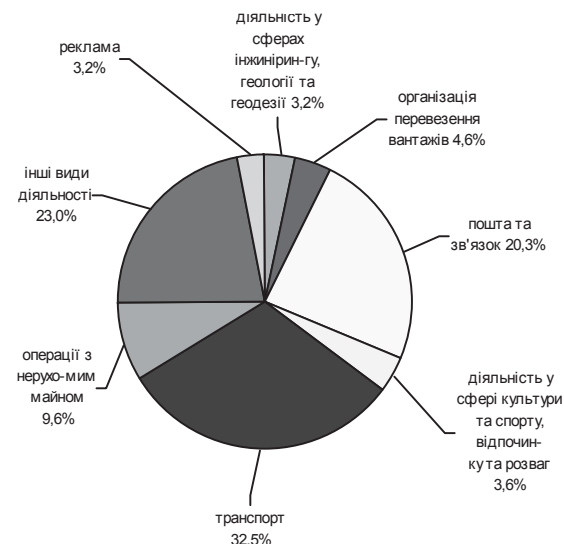


Рисунок 2.9 – Розподіл обсягу реалізованих послуг за видами економічної діяльності підприємств

Таблиця 2.12 – Структура обсягу послуг, реалізованих фізичними особами – суб'єктами підприємницької діяльності [66]

Види економічної діяльності	Питома вага у загальному обсязі, %
Діяльність наземного транспорту	23,4
Операції з нерухомим майном	16,2
Надання індивідуальних послуг	9,0
Технічне обслуговування та ремонт автомобілів та мотоциклів	8,6
Організація перевезення вантажів	4,2
Дослідження кон'юнктури ринку та виявлення суспільної думки	3,6
Розроблення програмного забезпечення та консультування у цій сфері	3,2
Консультування з питань комерційної діяльності та управління	2,8

Найбільша частка припадала на реалізацію послуг транспорту, другою за значимістю була частка обсягу послуг зі здійснення операцій з нерухомим майном.

Розглянемо зміст та особливості деяких видів послуг.

Управлінське консультування – професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємцям (в подальшому—клієнтам) з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку їх оптимальних рішень, методології впровадження рекомендацій.

Управлінське консультування дозволяє:

- ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості;
- пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем;
- надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні конструктивних змін, що визнані доцільними [55].

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації.

Перелік консалтингових продуктів формується під впливом потреб клієнтів та може включати: дослідження та аналіз ринку, розробку стратегії, підготовку та експертизу інвестиційних проектів, управління маркетингом, фінансами, виробництвом, персоналом, впровадження та супроводження програмних продуктів,

Вимогами до консультантів з управління є: загальна ерудиція та компетентність, незалежність, конфіденційність.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них в першу чергу можна віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. [88]

Консалтингова фірма – підприємство, що займається професійним консалтингом, а саме надає консультаційні послуги клієнтам (виробникам, продавцям та споживачам) за допомогою спеціально навчених осіб відповідної кваліфікації, здатних визначити, проаналізувати та розробити модель вирішення будь-якої управлінської проблеми. Основними постачальниками консалтингового продукту в Україні є: іноземні консультаційні фірми та їх представництва; вітчизняні консультаційні фірми, які спеціалізуються на наданні послуг з питань приватизації підприємств, включаючи оцінку майна, підготовку документального супроводження процесу приватизації тощо; спеціалізовані консалтингові фірми, котрі надають консультаційні послуги по окремих напрямках управлінського консультування (бізнес-планування, фінансова оцінка, маркетинг, податкове планування, митне регулювання та інше). До переваг вітчизняних консультантів безперечно відносять знання ними глибинних причин (пов'язаних з менталітетом, її; національними особливостями) існуючих управлінських проблем та з огляду на це оптимального їх вирішення, а також можливість адаптації сучасних методів управління до особливостей вітчизняних підприємств [55].

Розглянемо зміст та особливості деяких видів послуг.

Управлінське консультування – професійна діяльність, яка полягає у наданні незалежних і об'єктивних порад та технічної допомоги кваліфікованими спеціалістами фірмам, організаціям, окремим підприємцям (в подальшому—клієнтам) з метою сприяння останнім у визначенні та дослідженні управлінських проблем, пошуку їх оптимальних рішень, методології впровадження рекомендацій.

Управлінське консультування дозволяє:

- ідентифікувати та аналізувати управлінські проблеми і можливості;
- пропонувати альтернативні варіанти вирішення цих проблем;
- надавати допомогу в реалізації рекомендацій та впровадженні конструктивних змін, що визнані доцільними [55].

Основним завданням управлінського консультування є надання допомоги клієнтам у вирішенні їх управлінських та ділових проблем, оптимізації їх бізнесу, підвищенні ефективності функціонування організації.

Перелік консалтингових продуктів формується під впливом потреб клієнтів та може включати: дослідження та аналіз ринку, розробку стратегії, підготовку та експертизу інвестиційних проектів, управління маркетингом, фінансами, виробництвом, персоналом, впровадження та супроводження програмних продуктів,

Вимогами до консультантів з управління є: загальна ерудиція та компетентність, незалежність, конфіденційність.

Потенційними споживачами консалтингових послуг виступають будь-які організації, що стикаються з управлінськими проблемами. До них в першу чергу можна віднести приватні компанії, банки, державні установи, професійні асоціації, інвестиційні фонди та ін. [88]

Консалтингова фірма – підприємство, що займається професійним консалтингом, а саме надає консультаційні послуги клієнтам (виробникам, продавцям та споживачам) за допомогою спеціально навчених осіб відповідної кваліфікації, здатних визначити, проаналізувати та розробити модель вирішення будь-якої управлінської проблеми. Основними постачальниками консалтингового продукту в Україні є: іноземні консультаційні фірми та їх представництва; вітчизняні консультаційні фірми, які спеціалізуються на наданні послуг з питань приватизації підприємств, включаючи оцінку майна, підготовку документального супроводження процесу приватизації тощо; спеціалізовані консалтингові фірми, котрі надають консультаційні послуги по окремих напрямках управлінського консультування (бізнес-планування, фінансова оцінка, маркетинг, податкове планування, митне регулювання та інше). До переваг вітчизняних консультантів безперечно відносять знання ними глибинних причин (пов'язаних з менталітетом, її; національними особливостями) існуючих управлінських проблем та з огляду на це оптимального їх вирішення, а також можливість адаптації сучасних методів управління до особливостей вітчизняних підприємств [55].

Аудиторською діяльністю визнається діяльність громадян та організацій, предметом якої є здійснення аудиту, організаційне і методичне забезпечення аудиту та надання інших аудиторських послуг.

Аудит – це перевірка публічної бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, його повноти і відповідності законодавству та встановленим нормативам.

Аудит здійснюється незалежними особами (аудиторами), аудиторськими організаціями, які уповноважені суб'єктами господарювання на його проведення.

Державний фінансовий аудит є різновидом державного фінансового контролю і полягає у перевірці та аналізі фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю. Державний фінансовий аудит здійснюється Рахунковою палатою та органами державної контрольно-ревізійної служби.

Аудит та державний фінансовий аудит можуть проводитися за ініціативою суб'єктів господарювання, а також у випадках, передбачених законом (обов'язковий аудит).

Аудитором може бути фізична особа, яка має сертифікат, що визначає її кваліфікаційну придатність на заняття аудиторською діяльністю на території України. Аудитор має право об'єднатися з іншими аудиторами у спілку. Умови та порядок здійснення аудиторської діяльності, права та обов'язки аудиторів та аудиторських організацій визначаються законом, іншими нормативно-правовими актами.

Соціально-культурна сфера охоплює сукупність галузей підприємств, які виробляють і реалізують товари і послуги, необхідні для задоволення соціально-культурних потреб людини (рис. 2.10) [46].

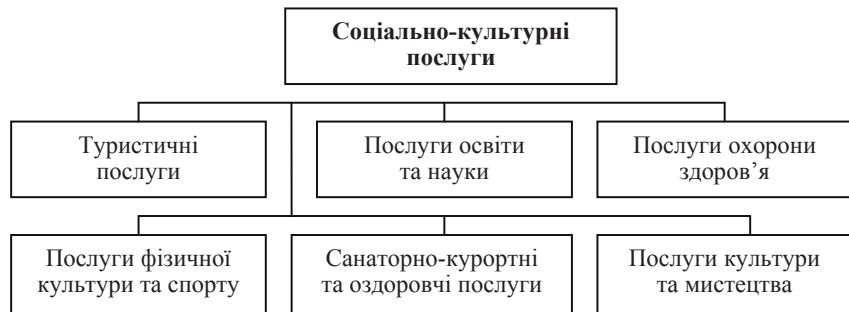


Рисунок 2.10 – Види соціально-культурних послуг

Аудиторською діяльністю визнається діяльність громадян та організацій, предметом якої є здійснення аудиту, організаційне і методичне забезпечення аудиту та надання інших аудиторських послуг.

Аудит – це перевірка публічної бухгалтерської звітності, обліку, первинних документів та іншої інформації щодо фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання з метою визначення достовірності їх звітності, обліку, його повноти і відповідності законодавству та встановленим нормативам.

Аудит здійснюється незалежними особами (аудиторами), аудиторськими організаціями, які уповноважені суб'єктами господарювання на його проведення.

Державний фінансовий аудит є різновидом державного фінансового контролю і полягає у перевірці та аналізі фактичного стану справ щодо законного та ефективного використання державних чи комунальних коштів і майна, інших активів держави, правильності ведення бухгалтерського обліку і достовірності фінансової звітності, функціонування системи внутрішнього контролю. Державний фінансовий аудит здійснюється Рахунковою палатою та органами державної контрольно-ревізійної служби.

Аудит та державний фінансовий аудит можуть проводитися за ініціативою суб'єктів господарювання, а також у випадках, передбачених законом (обов'язковий аудит).

Аудитором може бути фізична особа, яка має сертифікат, що визначає її кваліфікаційну придатність на заняття аудиторською діяльністю на території України. Аудитор має право об'єднатися з іншими аудиторами у спілку. Умови та порядок здійснення аудиторської діяльності, права та обов'язки аудиторів та аудиторських організацій визначаються законом, іншими нормативно-правовими актами.

Соціально-культурна сфера охоплює сукупність галузей підприємств, які виробляють і реалізують товари і послуги, необхідні для задоволення соціально-культурних потреб людини (рис. 2.10) [46].

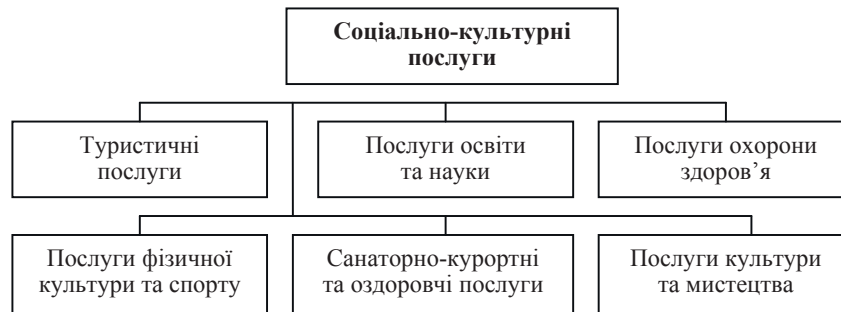


Рисунок 2.10 – Види соціально-культурних послуг

Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю. Туризм є однією з високорентабельних форм міжнародної торгівлі послугами, а в багатьох державах – одним із основних джерел грошових надходжень, факторів забезпечення зайнятості населення.

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туристів (рис. 2.11) [46].

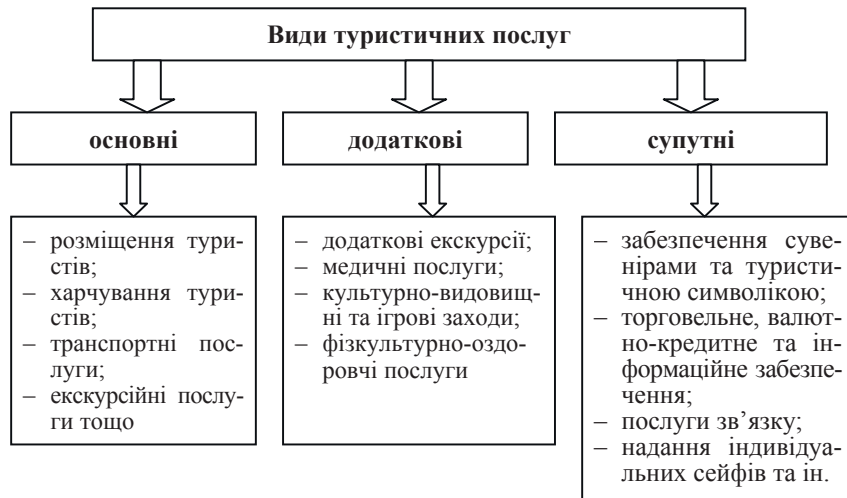


Рисунок 2.11 – Види і різновиди туристичних послуг

Основні туристичні послуги регламентуються договором на туристичні обслуговування і путівкою. Додаткові та супутні послуги сприяють підвищенню сервісного обслуговування туристів. Туристу можуть надавати чітко визначені види послуг на його вибір або повний їх комплекс.

Повний комплекс послуг надається методом продажу т. зв. інклюзив-турів (франц. *inclusif* – такий, що включає в себе) або пекідж-турів (англ. *package* – пакет, комплекс). У західноєвропейських країнах більш розповсюдженим є термін «інклюзив-тур», у США – «пекідж-тур». Їх структура значною мірою варіюється залежно від країни, складу туристів, їх купівельної спроможності, характеру, асортименту та якості послуг, що надаються.

Туризм – тимчасовий виїзд людини з місця постійного проживання в оздоровчих, пізнавальних або професійно-ділових цілях без зайняття оплачуваною діяльністю. Туризм є однією з високорентабельних форм міжнародної торгівлі послугами, а в багатьох державах – одним із основних джерел грошових надходжень, факторів забезпечення зайнятості населення.

Туристичні послуги – послуги суб'єктів туристичної діяльності щодо розміщення, харчування, транспортного, інформаційно-рекламного обслуговування, а також послуги закладів культури, спорту, побуту, розваг, спрямовані на задоволення потреб туристів (рис. 2.11) [46].

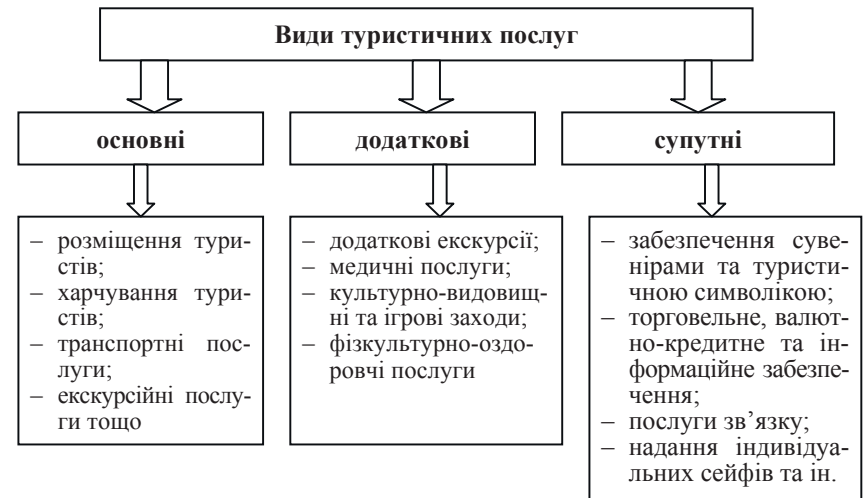


Рисунок 2.11 – Види і різновиди туристичних послуг

Основні туристичні послуги регламентуються договором на туристичні обслуговування і путівкою. Додаткові та супутні послуги сприяють підвищенню сервісного обслуговування туристів. Туристу можуть надавати чітко визначені види послуг на його вибір або повний їх комплекс.

Повний комплекс послуг надається методом продажу т. зв. інклюзив-турів (франц. *inclusif* – такий, що включає в себе) або пекідж-турів (англ. *package* – пакет, комплекс). У західноєвропейських країнах більш розповсюдженим є термін «інклюзив-тур», у США – «пекідж-тур». Їх структура значною мірою варіюється залежно від країни, складу туристів, їх купівельної спроможності, характеру, асортименту та якості послуг, що надаються.

Інклюзив-тури переважно застосовуються при авіаційних перевезеннях туристів до місця призначення і назад, вартість яких визначається на основі спеціально розроблених інклюзив-тарифів, що інколи бувають нижчими від звичайних. Вони включають також вартість розміщення туристів у готелі, харчування (повне або часткове) та інші послуги, котрі надаються на певну кількість днів перебування туристів у місці призначення. Клієнту повідомляють паушальну (загальну) ціну інклюзив-туру без розшифрування окремих видів послуг. Пекідж-тур (комплексний тур) передбачає надання клієнту усіх необхідних послуг, однак він може не включати транспортні витрати. Переважно пекідж-тур організується за конкретною, завчасно рекламованою програмою [46].



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Охарактеризуйте основні види підприємництва. Наведіть приклади
2. В чому полягає призначення КВЕД?
3. На які добувні та переробні галузі поділяється промисловість?
4. Назвіть напрями та форми інноваційної діяльності
5. Наведіть правила торгівлі
6. Які операції виконують банки?
7. В чому відмінність акцій та облігацій?
8. Які є види акцій?
9. Як визначається номінальна та ринкова вартість акції?
10. Охарактеризуйте напрями підприємницької діяльності в сфері послуг

Інклюзив-тури переважно застосовуються при авіаційних перевезеннях туристів до місця призначення і назад, вартість яких визначається на основі спеціально розроблених інклюзив-тарифів, що інколи бувають нижчими від звичайних. Вони включають також вартість розміщення туристів у готелі, харчування (повне або часткове) та інші послуги, котрі надаються на певну кількість днів перебування туристів у місці призначення. Клієнту повідомляють паушальну (загальну) ціну інклюзив-туру без розшифрування окремих видів послуг. Пекідж-тур (комплексний тур) передбачає надання клієнту усіх необхідних послуг, однак він може не включати транспортні витрати. Переважно пекідж-тур організується за конкретною, завчасно рекламованою програмою [46].



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Охарактеризуйте основні види підприємництва. Наведіть приклади
2. В чому полягає призначення КВЕД?
3. На які добувні та переробні галузі поділяється промисловість?
4. Назвіть напрями та форми інноваційної діяльності
5. Наведіть правила торгівлі
6. Які операції виконують банки?
7. В чому відмінність акцій та облігацій?
8. Які є види акцій?
9. Як визначається номінальна та ринкова вартість акції?
10. Охарактеризуйте напрями підприємницької діяльності в сфері послуг

ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ

- 3.1 Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища
- 3.2 Інфраструктура підприємництва
- 3.3 Функції і модель підприємництва
- 3.4 Правова база підприємництва
- 3.5 Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні

3.1 Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища

Створення та ефективне функціонування суб'єктів підприємництва забезпечується передусім певними умовами його діяльності. Крім того, практичне функціонування суб'єктів підприємництва на ефективному рівні можливе лише за наявності певної ситуації – відповідного підприємницького середовища.

Природним середовищем успішного розвитку підприємництва є ринкова економіка з притаманними їй розвиненими нормативно-правовими та економічними регуляторами, а також відповідною інфраструктурою. Тому для безперервного відтворення підприємництва у суспільстві необхідні певні передумови [52, 54, 74, 131]: економічні, правові, психологічні та інші.

Економічні умови підприємництва полягають у тому, що у суспільстві мають діяти багатосуб'єктні власники. Економічні передумови підприємництва в Україні створюються шляхом приватизації об'єктів державної власності, демонополізації господарської діяльності.

Правові передумови підприємництва – це наявність в країні законів, нормативних актів, що регулюють підприємницьку діяльність.

Психологічні передумови підприємництва полягають у позитивній суспільній думці стосовно підприємницької діяльності, соціально-етичній відповідальності підприємця.

Підприємництво функціонує у певному зовнішньому середовищі та під його впливом. Для забезпечення безперервної діяльності підприємць отримує ззовні фінансові, матеріальні ресурси, працівників, послуги, інформацію та має реалізовувати іншим суб'єктам власну продукцію. При цьому важливо з'ясувати параметри елементів підприємницького середовища і дати оцінку їх сучасного стану та тенденцій змін.

ПІДПРИЄМНИЦЬКЕ СЕРЕДОВИЩЕ

- 3.1 Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища
- 3.2 Інфраструктура підприємництва
- 3.3 Функції і модель підприємництва
- 3.4 Правова база підприємництва
- 3.5 Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні

3.1 Передумови підприємництва та елементи підприємницького середовища

Створення та ефективне функціонування суб'єктів підприємництва забезпечується передусім певними умовами його діяльності. Крім того, практичне функціонування суб'єктів підприємництва на ефективному рівні можливе лише за наявності певної ситуації – відповідного підприємницького середовища.

Природним середовищем успішного розвитку підприємництва є ринкова економіка з притаманними їй розвиненими нормативно-правовими та економічними регуляторами, а також відповідною інфраструктурою. Тому для безперервного відтворення підприємництва у суспільстві необхідні певні передумови [52, 54, 74, 131]: економічні, правові, психологічні та інші.

Економічні умови підприємництва полягають у тому, що у суспільстві мають діяти багатосуб'єктні власники. Економічні передумови підприємництва в Україні створюються шляхом приватизації об'єктів державної власності, демонополізації господарської діяльності.

Правові передумови підприємництва – це наявність в країні законів, нормативних актів, що регулюють підприємницьку діяльність.

Психологічні передумови підприємництва полягають у позитивній суспільній думці стосовно підприємницької діяльності, соціально-етичній відповідальності підприємця.

Підприємництво функціонує у певному зовнішньому середовищі та під його впливом. Для забезпечення безперервної діяльності підприємць отримує ззовні фінансові, матеріальні ресурси, працівників, послуги, інформацію та має реалізовувати іншим суб'єктам власну продукцію. При цьому важливо з'ясувати параметри елементів підприємницького середовища і дати оцінку їх сучасного стану та тенденцій змін.

Зовнішнє середовище підприємництва – це зовнішні по відношенню до даного підприємства(справи) умови та чинники.

Для успішної підприємницької діяльності необхідно уміти аналізувати зовнішнє середовище та прогнозувати його зміни. З метою аналізу виділяють певні **елементи підприємницького середовища** [53, 128, 131]:

1. Фізичне або географічне середовище, яке характеризує природні умови підприємницької діяльності (місцеположення, кліматичні умови, наявність автомобільних доріг, залізниць, морських шляхів, доступність сировини, енергоресурсів).

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

3. Соціально-культурне середовище, яке впливає на попит на товари, на відношення до роботи, її престижність, на відношення до підприємництва у суспільстві, (смаки, мода, моральні і релігійні норми, загальноосвітній рівень населення). Тобто це менталітет, світогляд, спосіб життя населення країни або регіону.

4. Екологічне середовище – екобезпека навколишнього середовища та даного виду підприємницької діяльності.

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

6. Правове (юридичне) середовище – це наявність законів, що створюють сприятливі умови для розвитку підприємництва.

7. Економічна ситуація характеризується такими параметрами: ступінь державного регулювання (структурна політика, підтримка підприємництва); рівень доходів споживачів (розмір заробітної плати, пенсії та ін.), що впливає на платоспроможний попит та його структуру; наявність та доступність позичкових коштів; наявність вільних робочих місць, рівень безробіття; рівень і темпи інфляції; коливання курсу національної валюти; стадія економічного циклу (темпи спаду чи зростання виробництва); ступінь ризику.

8. Політична ситуація залежить від ступеня політичної стабільності у суспільстві, впливу різних політичних партій. У нестабільному політичному середовищі неможливо забезпечити надійний захист підприємців від втрат доходів і майна, гарантії збереження власності, виключення можливості експропріації.

9. Міжнародне середовище характеризують такі чинники: зовнішня політика України та інших держав, економічне, науково-технічне співробітництво між ними, рівень митних зборів, а також елементи зовнішнього середовища в інших країнах (інфляція, податки, заробітна плата тощо). Ці параметри мають особливе значення для підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

Зовнішнє середовище підприємництва – це зовнішні по відношенню до даного підприємства(справи) умови та чинники.

Для успішної підприємницької діяльності необхідно уміти аналізувати зовнішнє середовище та прогнозувати його зміни. З метою аналізу виділяють певні **елементи підприємницького середовища** [53, 128, 131]:

1. Фізичне або географічне середовище, яке характеризує природні умови підприємницької діяльності (місцеположення, кліматичні умови, наявність автомобільних доріг, залізниць, морських шляхів, доступність сировини, енергоресурсів).

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

3. Соціально-культурне середовище, яке впливає на попит на товари, на відношення до роботи, її престижність, на відношення до підприємництва у суспільстві, (смаки, мода, моральні і релігійні норми, загальноосвітній рівень населення). Тобто це менталітет, світогляд, спосіб життя населення країни або регіону.

4. Екологічне середовище – екобезпека навколишнього середовища та даного виду підприємницької діяльності.

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

6. Правове (юридичне) середовище – це наявність законів, що створюють сприятливі умови для розвитку підприємництва.

7. Економічна ситуація характеризується такими параметрами: ступінь державного регулювання (структурна політика, підтримка підприємництва); рівень доходів споживачів (розмір заробітної плати, пенсії та ін.), що впливає на платоспроможний попит та його структуру; наявність та доступність позичкових коштів; наявність вільних робочих місць, рівень безробіття; рівень і темпи інфляції; коливання курсу національної валюти; стадія економічного циклу (темпи спаду чи зростання виробництва); ступінь ризику.

8. Політична ситуація залежить від ступеня політичної стабільності у суспільстві, впливу різних політичних партій. У нестабільному політичному середовищі неможливо забезпечити надійний захист підприємців від втрат доходів і майна, гарантії збереження власності, виключення можливості експропріації.

9. Міжнародне середовище характеризують такі чинники: зовнішня політика України та інших держав, економічне, науково-технічне співробітництво між ними, рівень митних зборів, а також елементи зовнішнього середовища в інших країнах (інфляція, податки, заробітна плата тощо). Ці параметри мають особливе значення для підприємств, які здійснюють зовнішньоекономічну діяльність.

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

Усі ці елементи зовнішнього середовища підприємства можуть у залежності від обставин позитивно або негативно впливати на його діяльність. При аналізі зовнішнього середовища визначаються пріоритети, тобто найбільш значущі елементи, які у першу чергу необхідно врахувати. У результаті аналізу виявляються потенційні можливості підприємства, зовнішні проблеми та загрози.

3.2 Інфраструктура підприємництва

Інфраструктура підприємництва створює сприятливі умови для його розвитку в країні. Інфраструктура в будь-якій соціально-економічній системі – це сукупність елементів, які забезпечують безперебійне функціонування взаємозв'язків об'єктів і суб'єктів цієї системи. Основна функція інфраструктури полягає в забезпеченні функціонування взаємозв'язків між елементами самої системи.

Інфраструктура підприємництва – це сукупність державних, приватних та громадських інститутів (організацій, установ і об'єднань), які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності й забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності. Складність інфраструктури як системи зумовлена різноманітністю функцій, які виконують її складові елементи. Виділяють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та інформаційно-аналітичну інфраструктури [52, 56].

Фінансово-кредитну інфраструктуру утворюють установи, які займаються акумуляцією тимчасово вільних грошових ресурсів і перетворюють їх у кредити, а саме: банки, фондові та валютні біржі, інвестиційні фонди та компанії, кредитні, страхові й гарантійні установи, кредитні спілки, фонди громадських об'єднань.

До організаційно-технічної інфраструктури належать товарні біржі, торгові дома, лізингові компанії, асоціації підприємців, транспортні комунікації та засоби зв'язку. Одні з цих організаційних форм беруть на себе функції загальної координації ринкових зв'язків (асоціації, торгові палати тощо), інші являють собою спеціальні державні органи (служби контролю за стандартами та цінами, податкові інспекції тощо).

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

Усі ці елементи зовнішнього середовища підприємства можуть у залежності від обставин позитивно або негативно впливати на його діяльність. При аналізі зовнішнього середовища визначаються пріоритети, тобто найбільш значущі елементи, які у першу чергу необхідно врахувати. У результаті аналізу виявляються потенційні можливості підприємства, зовнішні проблеми та загрози.

3.2 Інфраструктура підприємництва

Інфраструктура підприємництва створює сприятливі умови для його розвитку в країні. Інфраструктура в будь-якій соціально-економічній системі – це сукупність елементів, які забезпечують безперебійне функціонування взаємозв'язків об'єктів і суб'єктів цієї системи. Основна функція інфраструктури полягає в забезпеченні функціонування взаємозв'язків між елементами самої системи.

Інфраструктура підприємництва – це сукупність державних, приватних та громадських інститутів (організацій, установ і об'єднань), які обслуговують інтереси суб'єктів підприємницької діяльності й забезпечують їхню господарську діяльність та сприяють підвищенню її ефективності. Складність інфраструктури як системи зумовлена різноманітністю функцій, які виконують її складові елементи. Виділяють організаційно-технічну, фінансово-кредитну та інформаційно-аналітичну інфраструктури [52, 56].

Фінансово-кредитну інфраструктуру утворюють установи, які займаються акумуляцією тимчасово вільних грошових ресурсів і перетворюють їх у кредити, а саме: банки, фондові та валютні біржі, інвестиційні фонди та компанії, кредитні, страхові й гарантійні установи, кредитні спілки, фонди громадських об'єднань.

До організаційно-технічної інфраструктури належать товарні біржі, торгові дома, лізингові компанії, асоціації підприємців, транспортні комунікації та засоби зв'язку. Одні з цих організаційних форм беруть на себе функції загальної координації ринкових зв'язків (асоціації, торгові палати тощо), інші являють собою спеціальні державні органи (служби контролю за стандартами та цінами, податкові інспекції тощо).

Інформаційно-аналітична інфраструктура включає в себе інформаційні, консультативні, юридичні фірми, бізнес-центри і бізнес-інкубатори, аудиторські організації. До функцій установ, що складають цю підгрупу інфраструктури, входять надання консультацій підприємцям, підготовка спеціалістів для малих підприємств, вивчення динаміки ринкової кон'юнктури, прогнозування та моделювання наслідків тих чи інших рішень, розробка економічної поведінки підприємств на ринку тощо.

В Україні ще відбувається формування інфраструктури підприємництва. На початок 2011 року в Україні було зареєстровано: 194 комерційні банки, 2988 інвестиційних та інноваційних фондів та компаній, 2254 аудиторські фірми та приватних аудиторів, 457 страхових компаній, діяла 561 біржа, серед них: універсальних – 106, товарно-сировинних і товарних – 368, агропромислових – 25, фондових бірж та їх філій – 24, інших – 38 [117].

Інфраструктура сприяє створенню та функціонуванню підприємницького сектору в умовах перехідної економіки і формує конкретне організаційно-економічне середовище для стимулювання підприємницької діяльності. Зазначені вище об'єкти інфраструктури надають послуги як великим підприємствам, так і суб'єктам середнього та малого підприємництва. Однак середні та малі підприємства мають більш обмежені можливості щодо залучення позичкових та власних коштів, придбання сировини, матеріалів, устаткування, об'єктів нерухомості, використання передових технологій тощо. Тому діяльність об'єктів інфраструктури щодо підтримки спрямована переважно на сприяння середньому та малому бізнесу.

Згідно із законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» **інфраструктурою підтримки малого і середнього підприємництва** є підприємства, установи та організації незалежно від форми власності, які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів малого і середнього підприємництва, їх інвестиційної та інноваційної активності, просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринок. До **об'єктів** інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва належать бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інноваційні бізнес-інкубатори, науково-технологічні центри, технологічні парки, фонди підтримки підприємництва, фінансові установи, інноваційні та інвестиційні фонди і компанії, лізингові компанії, консультативні центри та ін.

Основними завданнями об'єкту інфраструктури є сприяння суб'єктам середнього та малого підприємництва в отриманні фінансових і матеріально-технічних ресурсів, інформаційних, методичних і консультаційних послуг, в підготовці і забезпеченні вказаних суб'єктів кваліфікованими кадрами, а також інше сприяння у здійсненні їх діяльності.

Інформаційно-аналітична інфраструктура включає в себе інформаційні, консультативні, юридичні фірми, бізнес-центри і бізнес-інкубатори, аудиторські організації. До функцій установ, що складають цю підгрупу інфраструктури, входять надання консультацій підприємцям, підготовка спеціалістів для малих підприємств, вивчення динаміки ринкової кон'юнктури, прогнозування та моделювання наслідків тих чи інших рішень, розробка економічної поведінки підприємств на ринку тощо.

В Україні ще відбувається формування інфраструктури підприємництва. На початок 2011 року в Україні було зареєстровано: 194 комерційні банки, 2988 інвестиційних та інноваційних фондів та компаній, 2254 аудиторські фірми та приватних аудиторів, 457 страхових компаній, діяла 561 біржа, серед них: універсальних – 106, товарно-сировинних і товарних – 368, агропромислових – 25, фондових бірж та їх філій – 24, інших – 38 [117].

Інфраструктура сприяє створенню та функціонуванню підприємницького сектору в умовах перехідної економіки і формує конкретне організаційно-економічне середовище для стимулювання підприємницької діяльності. Зазначені вище об'єкти інфраструктури надають послуги як великим підприємствам, так і суб'єктам середнього та малого підприємництва. Однак середні та малі підприємства мають більш обмежені можливості щодо залучення позичкових та власних коштів, придбання сировини, матеріалів, устаткування, об'єктів нерухомості, використання передових технологій тощо. Тому діяльність об'єктів інфраструктури щодо підтримки спрямована переважно на сприяння середньому та малому бізнесу.

Згідно із законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» **інфраструктурою підтримки малого і середнього підприємництва** є підприємства, установи та організації незалежно від форми власності, які провадять діяльність, спрямовану на розвиток суб'єктів малого і середнього підприємництва, їх інвестиційної та інноваційної активності, просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринок. До **об'єктів** інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва належать бізнес-центри, бізнес-інкубатори, інноваційні бізнес-інкубатори, науково-технологічні центри, технологічні парки, фонди підтримки підприємництва, фінансові установи, інноваційні та інвестиційні фонди і компанії, лізингові компанії, консультативні центри та ін.

Основними завданнями об'єкту інфраструктури є сприяння суб'єктам середнього та малого підприємництва в отриманні фінансових і матеріально-технічних ресурсів, інформаційних, методичних і консультаційних послуг, в підготовці і забезпеченні вказаних суб'єктів кваліфікованими кадрами, а також інше сприяння у здійсненні їх діяльності.

Бізнес-центром є установа, яка надає інформаційні, консалтингові, маркетингові, тренінгові та інші послуги суб'єктам малого та середнього підприємництва та особам, які бажають займатися підприємницькою діяльністю. Набір послуг в різних бізнес-центрах різний, а їх спектр залежить від потреб потенційних споживачів послуг кожного регіону.

Серед послуг, які отримують суб'єкти господарювання через бізнес-центри, найбільшим попитом користуються такі як: підготовка бізнес-планів, експертна оцінка нерухомості, тренінги, проведення курсів з навчання користуванню програмними продуктами ведення бухгалтерського обліку, підготовка спеціалістів з ведення бізнесу в різних сферах тощо.

Бізнес-інкубатором є організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані під офіси і виробництво приміщення, офісне устаткування та інше рухоме і нерухоме майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою надання їм допомоги у розвитку своєї справи і набутті фінансової самостійності. Найбільш важливими **функціями** бізнес-інкубаторів є:

- надання приміщення для офісів, майстерень на умовах оренди за низьку плату;
- адміністративні і технічні послуги (телефон, копіювання, приміщення для конференцій, зустрічей, секретаріат і т. д.);
- консалтинг, бізнес-планування для початківців і потенційних підприємців.

Також можливий широкий набір інших консалтингових послуг, трансфер технологій, пропозиції по проведенню семінарів і тренінгів і так далі.

За останній час в ніші бізнес-інкубаторів з'явилися нові види: Інтернет-інкубатор (або віртуальний бізнес-інкубатор), метою якого є прискорена підготовка і швидкий вивід на ринок інтернет-компаній і їх проєктів; студентські інкубатори підприємництва.

Інноваційним бізнес-інкубатором є спеціалізований бізнес-інкубатор, в якому суб'єктам малого та середнього підприємництва надається можливість розробляти і використовувати нові технології та інші новації науково-технічного характеру.

Технологічний парк – юридична особа або об'єднання на підставі договору про спільну діяльність юридичних осіб (учасників), головною метою яких є діяльність щодо виконання інвестиційних та інноваційних проєктів, виробничого впровадження наукоємних розробок, високих технологій та конкурентоспроможної на світовий ринок продукції. Згідно із законом України «Про наукові парки», **науковий парк** – об'єднання вищого навчального закладу IV рівня акредитації, та/або наукової установи (які є базовими елементами наукового парку), що відповідають критеріям результатів наукової діяльності інноваційних структур

Бізнес-центром є установа, яка надає інформаційні, консалтингові, маркетингові, тренінгові та інші послуги суб'єктам малого та середнього підприємництва та особам, які бажають займатися підприємницькою діяльністю. Набір послуг в різних бізнес-центрах різний, а їх спектр залежить від потреб потенційних споживачів послуг кожного регіону.

Серед послуг, які отримують суб'єкти господарювання через бізнес-центри, найбільшим попитом користуються такі як: підготовка бізнес-планів, експертна оцінка нерухомості, тренінги, проведення курсів з навчання користуванню програмними продуктами ведення бухгалтерського обліку, підготовка спеціалістів з ведення бізнесу в різних сферах тощо.

Бізнес-інкубатором є організація, яка надає на певних умовах і на певний час спеціально обладнані під офіси і виробництво приміщення, офісне устаткування та інше рухоме і нерухоме майно суб'єктам малого та середнього підприємництва, що розпочинають свою діяльність, з метою надання їм допомоги у розвитку своєї справи і набутті фінансової самостійності. Найбільш важливими **функціями** бізнес-інкубаторів є:

- надання приміщення для офісів, майстерень на умовах оренди за низьку плату;
- адміністративні і технічні послуги (телефон, копіювання, приміщення для конференцій, зустрічей, секретаріат і т. д.);
- консалтинг, бізнес-планування для початківців і потенційних підприємців.

Також можливий широкий набір інших консалтингових послуг, трансфер технологій, пропозиції по проведенню семінарів і тренінгів і так далі.

За останній час в ніші бізнес-інкубаторів з'явилися нові види: Інтернет-інкубатор (або віртуальний бізнес-інкубатор), метою якого є прискорена підготовка і швидкий вивід на ринок інтернет-компаній і їх проєктів; студентські інкубатори підприємництва.

Інноваційним бізнес-інкубатором є спеціалізований бізнес-інкубатор, в якому суб'єктам малого та середнього підприємництва надається можливість розробляти і використовувати нові технології та інші новації науково-технічного характеру.

Технологічний парк – юридична особа або об'єднання на підставі договору про спільну діяльність юридичних осіб (учасників), головною метою яких є діяльність щодо виконання інвестиційних та інноваційних проєктів, виробничого впровадження наукоємних розробок, високих технологій та конкурентоспроможної на світовий ринок продукції. Згідно із законом України «Про наукові парки», **науковий парк** – об'єднання вищого навчального закладу IV рівня акредитації, та/або наукової установи (які є базовими елементами наукового парку), що відповідають критеріям результатів наукової діяльності інноваційних структур

(інноваційний бізнес-інкубатор, інноваційний центр, технологічний парк тощо) та інших суб'єктів господарювання, створене для організації, координації та контролю процесу розроблення і виконання науково-технологічних та інноваційних проектів, реалізації інтелектуального та науково-виробничого потенціалу його учасників і партнерів.

Кредитна спілка – це неприбуткова організація, заснована фізичними особами на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної спілки. Кредитні спілки займають 73% в структурі небанківських фінансово-кредитних установ. У 2010 році діяло три асоціації кредитних спілок всеукраїнського рівня: Всеукраїнська асоціація кредитних спілок (ВАКС), Національна асоціація кредитних спілок України (НАКСУ) та Всеукраїнська асоціація кредитних спілок військовослужбовців та працівників силових відомств.

Лізинговий центр – суб'єкт підприємницької діяльності, що займається лізинговими операціями. Лізинг – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів. Послуги, які надаються лізинговими центрами, є однією з альтернативних форм фінансового забезпечення суб'єктів підприємництва. Лізингові центри функціонують у всіх регіонах України.

Фонди підтримки підприємництва здійснюють фінансове забезпечення реалізації державної політики у сфері підтримки малого підприємства.

Невід'ємною функціональною складовою інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва є фінансово-кредитне, маркетингове, інформаційно-консультаційне, консалтингове, матеріально-технічне, ресурсне, кадрове забезпечення суб'єктів малого і середнього бізнесу тощо.

З метою надання фінансово-кредитної, інформаційно-консультаційної підтримки суб'єктам підприємництва в Україні функціонує мережа об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва. Станом на 01.01.2011 р. консультативну та фінансову допомогу малому підприємству надавали 69 бізнес-інкубаторів, 438 бізнес-центрів, 243 фонди підтримки підприємства, 3168 інформаційно-консультаційних установ, 659 кредитних спілок, 760 лізингових центрів, 2973 громадські об'єднання суб'єктів підприємництва [117]. Громадськими об'єднаннями підприємців здійснюється конкретна підтримка в питаннях щодо забезпечення додержання прав та інтересів суб'єктів підприємництва.

(інноваційний бізнес-інкубатор, інноваційний центр, технологічний парк тощо) та інших суб'єктів господарювання, створене для організації, координації та контролю процесу розроблення і виконання науково-технологічних та інноваційних проектів, реалізації інтелектуального та науково-виробничого потенціалу його учасників і партнерів.

Кредитна спілка – це неприбуткова організація, заснована фізичними особами на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних грошових внесків членів кредитної спілки. Кредитні спілки займають 73% в структурі небанківських фінансово-кредитних установ. У 2010 році діяло три асоціації кредитних спілок всеукраїнського рівня: Всеукраїнська асоціація кредитних спілок (ВАКС), Національна асоціація кредитних спілок України (НАКСУ) та Всеукраїнська асоціація кредитних спілок військовослужбовців та працівників силових відомств.

Лізинговий центр – суб'єкт підприємницької діяльності, що займається лізинговими операціями. Лізинг – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингодавцем у виключне користування або набувається ним у власність за дорученням і погодженням з лізингоодержувачем у відповідного продавця майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів. Послуги, які надаються лізинговими центрами, є однією з альтернативних форм фінансового забезпечення суб'єктів підприємництва. Лізингові центри функціонують у всіх регіонах України.

Фонди підтримки підприємництва здійснюють фінансове забезпечення реалізації державної політики у сфері підтримки малого підприємства.

Невід'ємною функціональною складовою інфраструктури підтримки малого та середнього підприємництва є фінансово-кредитне, маркетингове, інформаційно-консультаційне, консалтингове, матеріально-технічне, ресурсне, кадрове забезпечення суб'єктів малого і середнього бізнесу тощо.

З метою надання фінансово-кредитної, інформаційно-консультаційної підтримки суб'єктам підприємництва в Україні функціонує мережа об'єктів інфраструктури підтримки підприємництва. Станом на 01.01.2011 р. консультативну та фінансову допомогу малому підприємству надавали 69 бізнес-інкубаторів, 438 бізнес-центрів, 243 фонди підтримки підприємства, 3168 інформаційно-консультаційних установ, 659 кредитних спілок, 760 лізингових центрів, 2973 громадські об'єднання суб'єктів підприємництва [117]. Громадськими об'єднаннями підприємців здійснюється конкретна підтримка в питаннях щодо забезпечення додержання прав та інтересів суб'єктів підприємництва.

За узагальненими даними міжнародних організацій, що займаються питаннями розвитку бізнес-інкубування, одним із результативних елементів підтримки підприємництва є саме бізнес-інкубатори, які сприяють прискоренню розвитку малих підприємств в 7-22 рази та знижують кількість їх невдач в бізнесі на 20%. Окрім того, вони сприяють вирішенню таких задач як оздоровлення економічної активності регіонів, розвитку внутрішніх ринків, підвищення інноваційної активності бізнесу, підвищення зайнятості і рівня життя місцевого населення. Бізнес-інкубатор не лише забезпечує зростання малих підприємств кожного регіону, а й піднімає їх життєздатність. Так, виходячи з практики, завдяки технології бізнес-інкубування виживає 85-86% новостворених малих підприємств проти 14 – 30 % при звичайних умовах.

Робота в інкубаторі дає змогу малим фірмам знаходити горизонтальні зв'язки, об'єднуватися, що важливо для виживання в умовах конкуренції на ринку. Основними структурами, що надають послуги з «інкубування підприємництва», є класичні бізнес-інкубатори, промислові зони, зони експортної переробки, наукові (технологічні) парки, віртуальні бізнес-інкубатори, територіально-виробничі комплекси та кооперативні мережі. Питаннями розвитку бізнес-інкубування в країнах світу займаються міжнародні організації: Європейська комісія (ЄК ООН), Група СПАЙС (Група експертів наукових парків та інноваційних центрів), Національна асоціація бізнес – інкубаторів у США. За узагальненими аналітичними даними цих організацій, в світі нараховується понад 3000 бізнес-інкубаторів, з яких у США – 700, Китаї – 400, Німеччині – 375, Великобританії – 250, в Росії – 80, в Україні – 71 тощо.

З метою сприяння розвитку та підтримки інкубаторів майже всі індустріально розвинені країни розробляють спеціальні інкубаторські програми. Мета таких програм – підтримка малих фірм на початковій, найбільш непередбаченій стадії становлення, розробки та впровадження інновацій. У межах цих програм малі фірми отримують доступ до оренди на пільгових умовах виробничих приміщень, обладнання до системи підвищення кваліфікації, енерго- та водопостачання. Підтримка на початкових стадіях діяльності суб'єктів малого підприємництва в середньому вдвічі збільшує термін діяльності малих фірм, як правило інноваційних, після їхнього виходу з інкубатора порівняно з «позаінкубаторськими» фірмами.

Разом з тим, в кожній країні бізнес-інкубатори виконують свої більш конкретні функції. Наприклад: у Фінляндії вони були дуже ефективним інструментом створення нових фірм, нових робочих місць, а також розширення співпраці між підприємствами і навчальними закладами. У Швеції найбільш поширеним залишається „внутрішній» бізнес-інкубатор, який створюється великими підприємствами для стимулювання нових ідей і проектів, що сприяє як розвитку духу підприємництва, так

За узагальненими даними міжнародних організацій, що займаються питаннями розвитку бізнес-інкубування, одним із результативних елементів підтримки підприємництва є саме бізнес-інкубатори, які сприяють прискоренню розвитку малих підприємств в 7-22 рази та знижують кількість їх невдач в бізнесі на 20%. Окрім того, вони сприяють вирішенню таких задач як оздоровлення економічної активності регіонів, розвитку внутрішніх ринків, підвищення інноваційної активності бізнесу, підвищення зайнятості і рівня життя місцевого населення. Бізнес-інкубатор не лише забезпечує зростання малих підприємств кожного регіону, а й піднімає їх життєздатність. Так, виходячи з практики, завдяки технології бізнес-інкубування виживає 85-86% новостворених малих підприємств проти 14 – 30 % при звичайних умовах.

Робота в інкубаторі дає змогу малим фірмам знаходити горизонтальні зв'язки, об'єднуватися, що важливо для виживання в умовах конкуренції на ринку. Основними структурами, що надають послуги з «інкубування підприємництва», є класичні бізнес-інкубатори, промислові зони, зони експортної переробки, наукові (технологічні) парки, віртуальні бізнес-інкубатори, територіально-виробничі комплекси та кооперативні мережі. Питаннями розвитку бізнес-інкубування в країнах світу займаються міжнародні організації: Європейська комісія (ЄК ООН), Група СПАЙС (Група експертів наукових парків та інноваційних центрів), Національна асоціація бізнес – інкубаторів у США. За узагальненими аналітичними даними цих організацій, в світі нараховується понад 3000 бізнес-інкубаторів, з яких у США – 700, Китаї – 400, Німеччині – 375, Великобританії – 250, в Росії – 80, в Україні – 71 тощо.

З метою сприяння розвитку та підтримки інкубаторів майже всі індустріально розвинені країни розробляють спеціальні інкубаторські програми. Мета таких програм – підтримка малих фірм на початковій, найбільш непередбаченій стадії становлення, розробки та впровадження інновацій. У межах цих програм малі фірми отримують доступ до оренди на пільгових умовах виробничих приміщень, обладнання до системи підвищення кваліфікації, енерго- та водопостачання. Підтримка на початкових стадіях діяльності суб'єктів малого підприємництва в середньому вдвічі збільшує термін діяльності малих фірм, як правило інноваційних, після їхнього виходу з інкубатора порівняно з «позаінкубаторськими» фірмами.

Разом з тим, в кожній країні бізнес-інкубатори виконують свої більш конкретні функції. Наприклад: у Фінляндії вони були дуже ефективним інструментом створення нових фірм, нових робочих місць, а також розширення співпраці між підприємствами і навчальними закладами. У Швеції найбільш поширеним залишається „внутрішній» бізнес-інкубатор, який створюється великими підприємствами для стимулювання нових ідей і проектів, що сприяє як розвитку духу підприємництва, так

і підвищенню рівня інноваційної діяльності підприємства. У Німеччині перші бізнес-інкубатори чітко зорієнтовані на розвиток технологічних та наукоємних компаній. Бізнес-інкубатори Китаю сфокусовані на підтримку технологічного підприємництва, на створення сприятливого середовища для інноваційної діяльності. Мета таких установ – прискорення комерціалізації та індустріалізація наукових розробок. Всі бізнес-інкубатори цієї країни на ранній стадії становлення отримували повну або ж часткову допомогу від муніципальної чи провінціальної влади. Бізнес-інкубатори Китаю мають тісний зв'язок із науково-технологічними парками[82].

З огляду на вимоги інноваційного спрямування розвитку економіки України акцент робиться на ту мережу інфраструктури, яка спроможна розвивати саме інноваційну діяльність малих підприємств[28]. Отже, найбільша увага приділяється тим бізнес-центрам та бізнес-інкубаторам, основними завданнями яких є створення умов для становлення малого підприємництва й створення нових робочих місць в секторі малих виробничих, інноваційних підприємств. А також тим, що працюють за такими напрямками: підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів; проведення маркетингових досліджень; інформаційне забезпечення; консалтингові послуги; допомога в реєстрації підприємств; юридичні послуги; аудиторські послуги; надання в оренду (на пільгових умовах) офісних та виробничих приміщень; надання офісних послуг (розмноження матеріалів, надання засобів зв'язку, оргтехніки тощо); сприяння в отриманні інвестицій та кредитів; надання обладнання в лізинг; реклама продукції тощо

Інформаційна підтримка є важливою складовою для успішного ведення бізнесу. У вітчизняних підприємств, особливо малих та середніх, бракує власного досвіду здійснення підприємницької діяльності. Крім того, жоден підприємець не може володіти усіма знаннями, що мають забезпечити йому успіх. В Україні на сьогодні існує велика кількість різноманітних інформаційно-консультаційних установ різних форм заснування, які вивчають проблеми підприємницького середовища та надають освітні й консультаційні послуги, але більшість з них надають свої послуги на платній основі. У підприємця малого бізнесу, особливо на початковій стадії, не завжди є можливість за кошти отримати консультацію, щоб уникнути помилок в своїй діяльності. Одним з інструментів, покликаних з'ясувати ці проблеми, є громадські приймальні з питань підтримки розвитку підприємництва [39].

Якщо виконавча влада виступає засновником або партнером у створенні бізнес-інкубатора або бізнес-центра, в неї з'являється можливість: реалізовувати власну політику в економічній сфері шляхом підтримки та розміщення на площах цих закладів таких малих підприємств, діяльність яких співпадає з планом стратегічного розвитку області; легалізу-

і підвищенню рівня інноваційної діяльності підприємства. У Німеччині перші бізнес-інкубатори чітко зорієнтовані на розвиток технологічних та наукоємних компаній. Бізнес-інкубатори Китаю сфокусовані на підтримку технологічного підприємництва, на створення сприятливого середовища для інноваційної діяльності. Мета таких установ – прискорення комерціалізації та індустріалізація наукових розробок. Всі бізнес-інкубатори цієї країни на ранній стадії становлення отримували повну або ж часткову допомогу від муніципальної чи провінціальної влади. Бізнес-інкубатори Китаю мають тісний зв'язок із науково-технологічними парками[82].

З огляду на вимоги інноваційного спрямування розвитку економіки України акцент робиться на ту мережу інфраструктури, яка спроможна розвивати саме інноваційну діяльність малих підприємств[28]. Отже, найбільша увага приділяється тим бізнес-центрам та бізнес-інкубаторам, основними завданнями яких є створення умов для становлення малого підприємництва й створення нових робочих місць в секторі малих виробничих, інноваційних підприємств. А також тим, що працюють за такими напрямками: підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів; проведення маркетингових досліджень; інформаційне забезпечення; консалтингові послуги; допомога в реєстрації підприємств; юридичні послуги; аудиторські послуги; надання в оренду (на пільгових умовах) офісних та виробничих приміщень; надання офісних послуг (розмноження матеріалів, надання засобів зв'язку, оргтехніки тощо); сприяння в отриманні інвестицій та кредитів; надання обладнання в лізинг; реклама продукції тощо

Інформаційна підтримка є важливою складовою для успішного ведення бізнесу. У вітчизняних підприємств, особливо малих та середніх, бракує власного досвіду здійснення підприємницької діяльності. Крім того, жоден підприємець не може володіти усіма знаннями, що мають забезпечити йому успіх. В Україні на сьогодні існує велика кількість різноманітних інформаційно-консультаційних установ різних форм заснування, які вивчають проблеми підприємницького середовища та надають освітні й консультаційні послуги, але більшість з них надають свої послуги на платній основі. У підприємця малого бізнесу, особливо на початковій стадії, не завжди є можливість за кошти отримати консультацію, щоб уникнути помилок в своїй діяльності. Одним з інструментів, покликаних з'ясувати ці проблеми, є громадські приймальні з питань підтримки розвитку підприємництва [39].

Якщо виконавча влада виступає засновником або партнером у створенні бізнес-інкубатора або бізнес-центра, в неї з'являється можливість: реалізовувати власну політику в економічній сфері шляхом підтримки та розміщення на площах цих закладів таких малих підприємств, діяльність яких співпадає з планом стратегічного розвитку області; легалізу-

вати суб'єктів підприємництва; підвищити свій імідж серед громадськості [82].

Незважаючи на досить широку різноманітність та значні кількісні показники, існуюча в Україні мережа інфраструктури через законодавчу неврегульованість питань щодо порядку створення об'єктів інфраструктури, відсутність належної фінансової підтримки та відповідної матеріально-технічної бази перетворюється на мережу звичайних комерційних структур, що надають послуги на платній основі, або ж довготерміново перебуває в ранній стадії становлення. Із-за обмеженості коштів, в більшості регіонів ще не сформовано базової мережі фінансово-кредитної та навчально-консультативної інфраструктури підтримки бізнесу. Зі вступом України до СОТ та впровадженням принципів Європейської Хартії для малих підприємств висуваються нові вимоги до формування об'єктів інфраструктури, особливо інноваційної (інноваційних бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, технопарків, кластер-парків, технополісів) [39].

Кластер – група близьких територіально і технологічно взаємозв'язаних компаній (постачальників матеріалів та комплектуючих, послуг, виробників кінцевої продукції), а також пов'язаних з ними організацій (освітніх установ, дослідницьких лабораторій, наукових парків, органів державного управління, інфраструктурних компаній), що працюють у визначеній, загальній для них сфері економічної діяльності. Учасників кластерних ініціатив об'єднують загальні бізнес-проекти. Так, з метою розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності підприємств Тернопільського регіону створено Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля».

3.3 Функції і модель підприємництва

Функції підприємництва будемо розглядати в двох аспектах.

1. **За періодичністю** функції підприємництва поділяються на основні та додаткові. Основні функції постійно здійснюються в процесі підприємницької діяльності. Додаткові функції здійснюються підприємцем періодично.

2. **За процесами ділового циклу** (напрямами діяльності підприємця) можна виділити такі **основні** функції підприємництва:

- **фінансова** – ведення фінансів і обліку (мобілізація необхідного капіталу та управління його використанням та доходами);
- **кадрова** – відбір та прийом на роботу, підготовка, розстановка працівників, стимулювання, розв'язання трудових конфліктів;
- **матеріально-технічне постачання та інформаційне забезпечення** – придбання устаткування, матеріалів, інформації та ін.;

вати суб'єктів підприємництва; підвищити свій імідж серед громадськості [82].

Незважаючи на досить широку різноманітність та значні кількісні показники, існуюча в Україні мережа інфраструктури через законодавчу неврегульованість питань щодо порядку створення об'єктів інфраструктури, відсутність належної фінансової підтримки та відповідної матеріально-технічної бази перетворюється на мережу звичайних комерційних структур, що надають послуги на платній основі, або ж довготерміново перебуває в ранній стадії становлення. Із-за обмеженості коштів, в більшості регіонів ще не сформовано базової мережі фінансово-кредитної та навчально-консультативної інфраструктури підтримки бізнесу. Зі вступом України до СОТ та впровадженням принципів Європейської Хартії для малих підприємств висуваються нові вимоги до формування об'єктів інфраструктури, особливо інноваційної (інноваційних бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, технопарків, кластер-парків, технополісів) [39].

Кластер – група близьких територіально і технологічно взаємозв'язаних компаній (постачальників матеріалів та комплектуючих, послуг, виробників кінцевої продукції), а також пов'язаних з ними організацій (освітніх установ, дослідницьких лабораторій, наукових парків, органів державного управління, інфраструктурних компаній), що працюють у визначеній, загальній для них сфері економічної діяльності. Учасників кластерних ініціатив об'єднують загальні бізнес-проекти. Так, з метою розвитку науково-технічної та інноваційної діяльності підприємств Тернопільського регіону створено Науковий парк «Інноваційно-інвестиційний кластер Тернопілля».

3.3 Функції і модель підприємництва

Функції підприємництва будемо розглядати в двох аспектах.

1. **За періодичністю** функції підприємництва поділяються на основні та додаткові. Основні функції постійно здійснюються в процесі підприємницької діяльності. Додаткові функції здійснюються підприємцем періодично.

2. **За процесами ділового циклу** (напрямами діяльності підприємця) можна виділити такі **основні** функції підприємництва:

- **фінансова** – ведення фінансів і обліку (мобілізація необхідного капіталу та управління його використанням та доходами);
- **кадрова** – відбір та прийом на роботу, підготовка, розстановка працівників, стимулювання, розв'язання трудових конфліктів;
- **матеріально-технічне постачання та інформаційне забезпечення** – придбання устаткування, матеріалів, інформації та ін.;

– **виробнича (операційна)** – процес перетворення сировини в продукцію (послуги);

– **маркетингова** – вивчення ринку та управління процесом збуту продукції (послуг).

Окрім основних, періодично виконуються **додаткові функції**:

– **інноваційна** – науково-дослідні та проектні роботи з розробки нових технологій та нової продукції, розповсюдження підприємницьких ідей і досвіду управління;

– **зв'язки із громадськістю** (англ. public relations) – управління відносинами між підприємством і громадськими структурами та засобами масової інформації.

В сучасній економічній літературі пропонуються й інші варіанти переліку головних функцій підприємництва: інноваційна (творча), ресурсна (мобілізація матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів), організаційна (організація виробництва, збуту, реклами тощо), стимулююча (формування мотиваційного механізму ефективної праці) та ін.

Функціональна модель підприємництва (рисунок 3.1) складається з таких двох частин [158]:

1) мікросередовище – це середовище прямого впливу на підприємство і суб'єкти, з якими підприємство вступає в безпосередній контакт, тобто інституціональне середовище. Підприємство є ядром мікросередовища;

2) макросередовище – це умови та відносини, що впливають на підприємство та його мікросередовище опосередковано. Це географічне, демографічне, науково-технічне, екологічне, правове, соціально-культурне, економічне, політичне, міжнародне середовища.

Наведена модель показує підприємство з його п'ятьма основними функціями, чотири з яких (фінансова, кадрова, матеріально-технічне постачання, маркетинг) передбачають відносини із зовнішніми блоками – інституціональним середовищем. Кожна функція взаємодіє з будь-якою іншою функцією та зовнішніми блоками.

3.4 Правова база підприємництва

Окремою складовою формування макросередовища підприємництва є створення належного і сприятливого правового середовища. Правова сфера – це «правила гри», що їх суспільство використовує для професійного функціонування підприємця, тобто це закони і підзаконні акти, що регулюють ділову активність основних суб'єктів економічного процесу.

Аналіз практики підприємницької діяльності в країнах світу свідчить про необхідність правового забезпечення підприємництва.

– **виробнича (операційна)** – процес перетворення сировини в продукцію (послуги);

– **маркетингова** – вивчення ринку та управління процесом збуту продукції (послуг).

Окрім основних, періодично виконуються **додаткові функції**:

– **інноваційна** – науково-дослідні та проектні роботи з розробки нових технологій та нової продукції, розповсюдження підприємницьких ідей і досвіду управління;

– **зв'язки із громадськістю** (англ. public relations) – управління відносинами між підприємством і громадськими структурами та засобами масової інформації.

В сучасній економічній літературі пропонуються й інші варіанти переліку головних функцій підприємництва: інноваційна (творча), ресурсна (мобілізація матеріальних, фінансових, трудових, інформаційних ресурсів), організаційна (організація виробництва, збуту, реклами тощо), стимулююча (формування мотиваційного механізму ефективної праці) та ін.

Функціональна модель підприємництва (рисунок 3.1) складається з таких двох частин [158]:

1) мікросередовище – це середовище прямого впливу на підприємство і суб'єкти, з якими підприємство вступає в безпосередній контакт, тобто інституціональне середовище. Підприємство є ядром мікросередовища;

2) макросередовище – це умови та відносини, що впливають на підприємство та його мікросередовище опосередковано. Це географічне, демографічне, науково-технічне, екологічне, правове, соціально-культурне, економічне, політичне, міжнародне середовища.

Наведена модель показує підприємство з його п'ятьма основними функціями, чотири з яких (фінансова, кадрова, матеріально-технічне постачання, маркетинг) передбачають відносини із зовнішніми блоками – інституціональним середовищем. Кожна функція взаємодіє з будь-якою іншою функцією та зовнішніми блоками.

3.4 Правова база підприємництва

Окремою складовою формування макросередовища підприємництва є створення належного і сприятливого правового середовища. Правова сфера – це «правила гри», що їх суспільство використовує для професійного функціонування підприємця, тобто це закони і підзаконні акти, що регулюють ділову активність основних суб'єктів економічного процесу.

Аналіз практики підприємницької діяльності в країнах світу свідчить про необхідність правового забезпечення підприємництва.

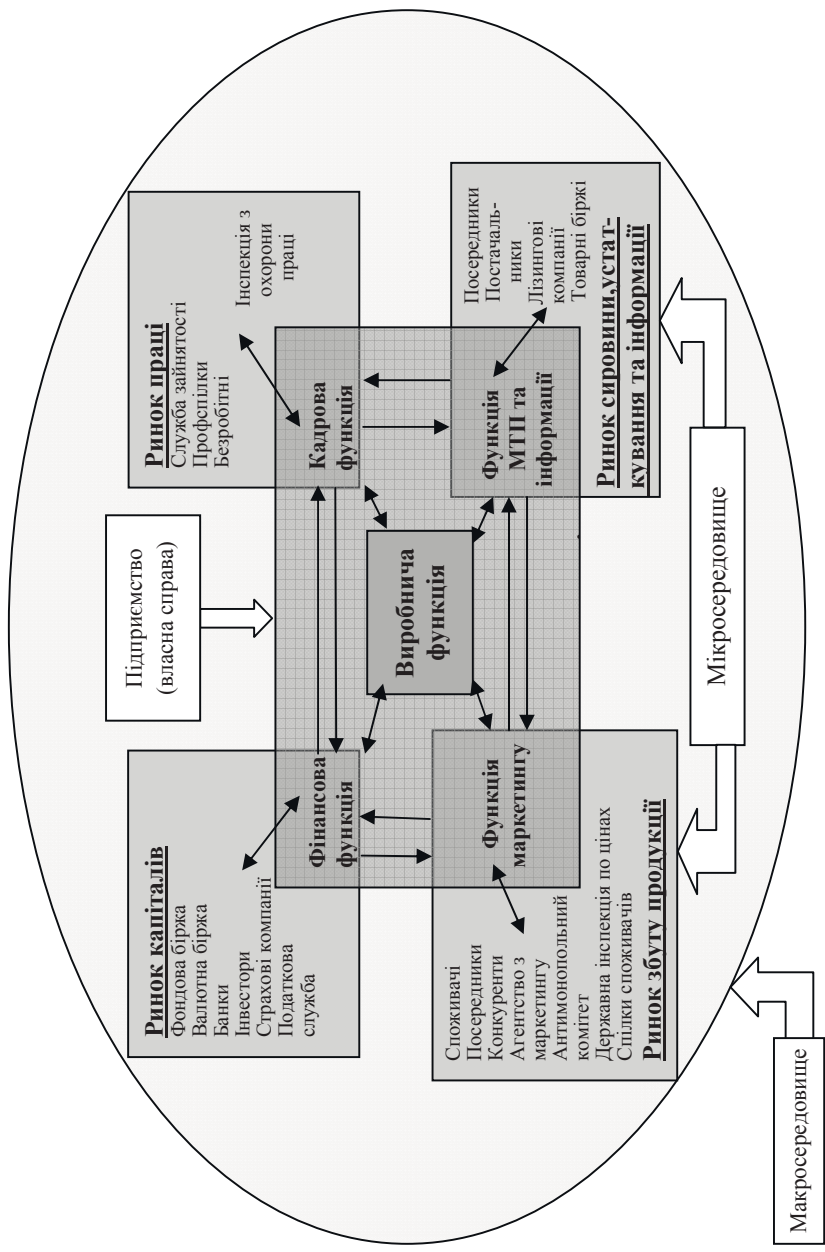


Рисунок 3.1 – Функціональна модель підприємництва

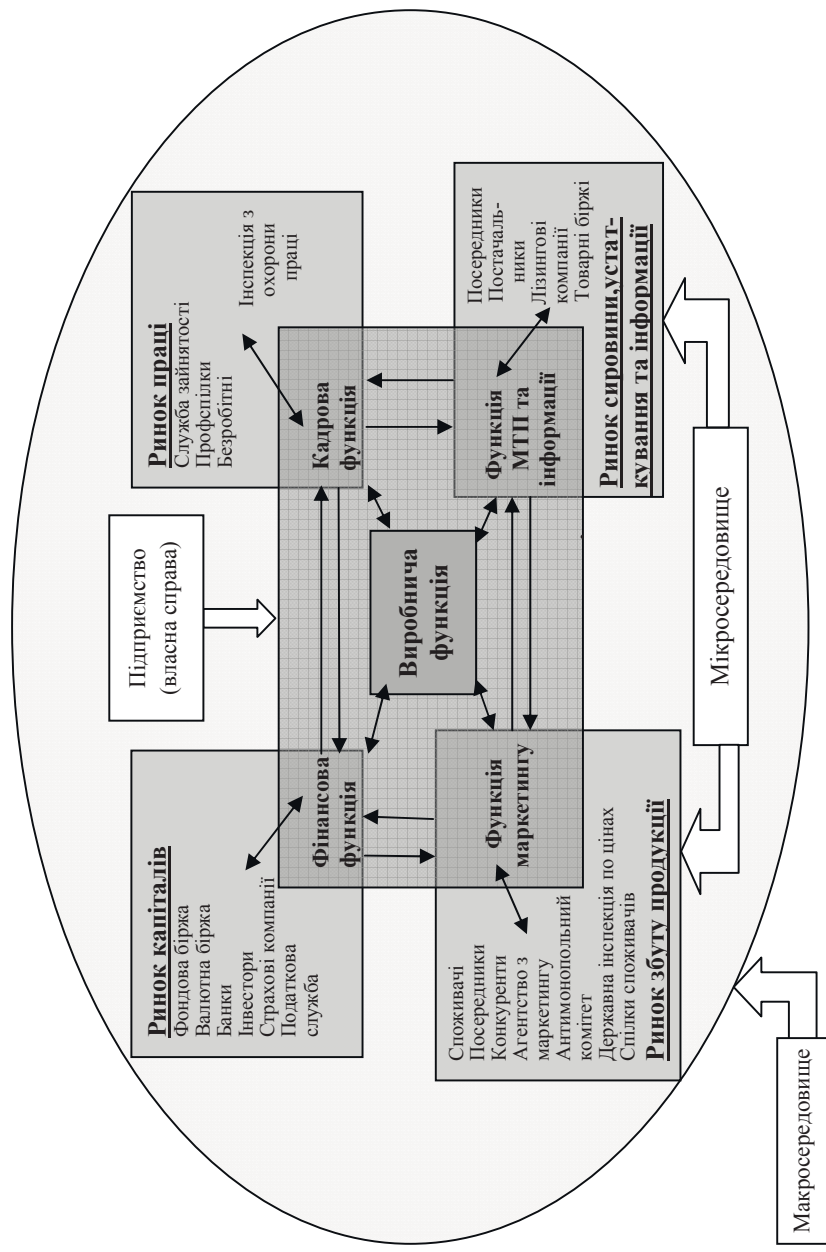


Рисунок 3.1 – Функціональна модель підприємництва

Підприємницьке законодавство – це сукупність нормативних актів, що регулюють суспільні відносини в сфері підприємництва. В Україні прийняті та діють ряд нормативних актів, які заклали підґрунтя для формування і розвитку підприємництва.

Підприємницька діяльність неможлива без знання підприємницького права. Незважаючи на недосконалість і значну складність засвоєння правової бази підприємництва, без її знання не можна обійтись у будь-якій сфері підприємницької діяльності.

Правова база підприємницької діяльності – це сукупність законів, нормативних та інструктивних документів, які визначають порядок створення підприємств, реєстрацію фізичних осіб – підприємців, їх правові та організаційні форми, порядок організації виробництва, забезпечення його необхідними ресурсами, збут, систему оподаткування, відносини між державою та підприємцями, суб'єктів підприємницької діяльності між собою, а також які дають підприємцям певні правові гарантії [54].

Формування правової бази підприємництва – найголовніша передумова його становлення та розвитку. Законодавство у сфері підприємництва має становити єдину систему як за взаємною узгодженістю норм, так і за цілісністю самого нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності.

Світовий досвід показує, що для успішного розвитку підприємництва необхідно створити правову базу його функціонування, забезпечити належним чином юридичне закріплення прав та постійне правове забезпечення з боку держави, що гарантує захист законного функціонування підприємництва, сприяє його розвитку. Міжнародна практика господарювання доводить, що підприємство не може існувати без чітких та ефективних законодавчих актів. Тому формування сприятливих умов для ведення підприємницької діяльності неможливе без прийняття та реальної дії таких законів, які б чітко визначали умови здійснення підприємницької діяльності.

У розвинутих країнах з ринковою економікою немає спеціальних законів про підприємництво. Свобода підприємницької діяльності в них закріплена у конституції, цивільному законодавстві та в інших нормативно-правових актах, що регламентують господарську діяльність [53].

Весь масив законодавства України з питань підприємництва складається з кількох тисяч законодавчих та підзаконних актів, та характеризується високою динамічністю. Підприємницьке законодавство України складають регулюючі підприємство закони, декрети та постанови Кабінету Міністрів, нормативні акти міністерств і відомств, органів місцевого самоврядування, у тому числі тих державних органів, що здійснюють державне регулювання підприємництва, контроль і нагляд за ним. Найбільшу значимість мають законодавчі акти. У підприємниць-

Підприємницьке законодавство – це сукупність нормативних актів, що регулюють суспільні відносини в сфері підприємництва. В Україні прийняті та діють ряд нормативних актів, які заклали підґрунтя для формування і розвитку підприємництва.

Підприємницька діяльність неможлива без знання підприємницького права. Незважаючи на недосконалість і значну складність засвоєння правової бази підприємництва, без її знання не можна обійтись у будь-якій сфері підприємницької діяльності.

Правова база підприємницької діяльності – це сукупність законів, нормативних та інструктивних документів, які визначають порядок створення підприємств, реєстрацію фізичних осіб – підприємців, їх правові та організаційні форми, порядок організації виробництва, забезпечення його необхідними ресурсами, збут, систему оподаткування, відносини між державою та підприємцями, суб'єктів підприємницької діяльності між собою, а також які дають підприємцям певні правові гарантії [54].

Формування правової бази підприємництва – найголовніша передумова його становлення та розвитку. Законодавство у сфері підприємництва має становити єдину систему як за взаємною узгодженістю норм, так і за цілісністю самого нормативно-правового регулювання підприємницької діяльності.

Світовий досвід показує, що для успішного розвитку підприємництва необхідно створити правову базу його функціонування, забезпечити належним чином юридичне закріплення прав та постійне правове забезпечення з боку держави, що гарантує захист законного функціонування підприємництва, сприяє його розвитку. Міжнародна практика господарювання доводить, що підприємство не може існувати без чітких та ефективних законодавчих актів. Тому формування сприятливих умов для ведення підприємницької діяльності неможливе без прийняття та реальної дії таких законів, які б чітко визначали умови здійснення підприємницької діяльності.

У розвинутих країнах з ринковою економікою немає спеціальних законів про підприємництво. Свобода підприємницької діяльності в них закріплена у конституції, цивільному законодавстві та в інших нормативно-правових актах, що регламентують господарську діяльність [53].

Весь масив законодавства України з питань підприємництва складається з кількох тисяч законодавчих та підзаконних актів, та характеризується високою динамічністю. Підприємницьке законодавство України складають регулюючі підприємство закони, декрети та постанови Кабінету Міністрів, нормативні акти міністерств і відомств, органів місцевого самоврядування, у тому числі тих державних органів, що здійснюють державне регулювання підприємництва, контроль і нагляд за ним. Найбільшу значимість мають законодавчі акти. У підприємниць-

кому законодавстві України можна виділити три блоки нормативно-правових актів[139]:

1. **Конституція України**, що містить норми про підприємництво, в ст. 42), закріплює свободу підприємництва: «Кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом».

2. Блок **спеціальних нормативних актів, що регулюють виключно підприємницьку діяльність**: Закони України «Про господарські товариства», «Про акціонерні товариства», «Про фермерське господарство», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» та інші.

3. **Нормативно-правові акти, що містять окремі норми або їх сукупність, які регулюють підприємництво**: Господарський Кодекс України, Цивільний Кодекс України, Податковий Кодекс України, закони України «Про власність», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про захист прав споживачів», «Про захист економічної конкуренції», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» та інші.

Значну роль у регулюванні підприємницької діяльності відіграють також підзаконні акти, у їх числі – Укази Президента України, також підзаконні акти Кабінету Міністрів України, особливо положення, затверджені постановами уряду України.

Великий масив становлять відомчі нормативні акти, у тому числі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Антимонопольного комітету України, Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України тощо.

За формою висловленого в них припису (характеру регулятивного впливу) норми законодавство про підприємництво поділяються на уповноважуючі, зобов'язувальні, і заборонні. Вони регулюють відносини або шляхом надання прав, або покладання обов'язків, або заборони певної поведінки і позначення відповідальності за її порушення.

Господарський Кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Цей кодекс визначає загальні принципи господарювання підприємств, суб'єкти приватної, колективної, загальнодержавної та комунальної власності, передбачає систему захисту права власності.

Господарський кодекс України містить такі **розділи**:

1. Основні засади господарської діяльності (участь держави у сфері господарювання, захист суб'єктів господарювання та споживачів, сутність та принципи підприємництва, права та відповідальність підприє-

кому законодавстві України можна виділити три блоки нормативно-правових актів[139]:

1. **Конституція України**, що містить норми про підприємництво, в ст. 42), закріплює свободу підприємництва: «Кожен має право на підприємницьку діяльність, яка не заборонена законом».

2. Блок **спеціальних нормативних актів, що регулюють виключно підприємницьку діяльність**: Закони України «Про господарські товариства», «Про акціонерні товариства», «Про фермерське господарство», «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців», «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» та інші.

3. **Нормативно-правові акти, що містять окремі норми або їх сукупність, які регулюють підприємництво**: Господарський Кодекс України, Цивільний Кодекс України, Податковий Кодекс України, закони України «Про власність», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про захист прав споживачів», «Про захист економічної конкуренції», «Про захист від недобросовісної конкуренції», «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності», «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом» та інші.

Значну роль у регулюванні підприємницької діяльності відіграють також підзаконні акти, у їх числі – Укази Президента України, також підзаконні акти Кабінету Міністрів України, особливо положення, затверджені постановами уряду України.

Великий масив становлять відомчі нормативні акти, у тому числі Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Антимонопольного комітету України, Державної комісії з регулювання ринків фінансових послуг України тощо.

За формою висловленого в них припису (характеру регулятивного впливу) норми законодавство про підприємництво поділяються на уповноважуючі, зобов'язувальні, і заборонні. Вони регулюють відносини або шляхом надання прав, або покладання обов'язків, або заборони певної поведінки і позначення відповідальності за її порушення.

Господарський Кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності (господарювання), яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності. Цей кодекс визначає загальні принципи господарювання підприємств, суб'єкти приватної, колективної, загальнодержавної та комунальної власності, передбачає систему захисту права власності.

Господарський кодекс України містить такі **розділи**:

1. Основні засади господарської діяльності (участь держави у сфері господарювання, захист суб'єктів господарювання та споживачів, сутність та принципи підприємництва, права та відповідальність підприє-

мців, державна підтримка підприємництва, припинення підприємницької діяльності, некомерційне господарювання).

2. Суб'єкти господарювання (утворення, установчі документи, державна реєстрація, припинення діяльності суб'єкта господарювання, види та організаційно-правові форми підприємств, структура та управління підприємством, майно підприємства, його відносини з іншими суб'єктами, зовнішньоекономічна та соціальна діяльність підприємства, об'єднання підприємств, громадяни-підприємці).

3. Майнова основа господарювання (правовий режим майна суб'єктів господарювання, гарантії та захист майнових прав, використання природних ресурсів, використання прав інтелектуальної власності, цінні папери, корпоративні права).

4. Господарські зобов'язання (види господарських зобов'язань (майнові організаційні), господарські договори, ціни та ціноутворення, визнання суб'єкта банкрутом).

5. Відповідальність за правопорушення у сфері господарювання (відшкодування збитків, штрафні, оперативно-господарські та адміністративні санкції).

6. Особливості правового регулювання окремих галузей господарювання (торговельної діяльності, комерційного посередництва, перевезення вантажів, капітального будівництва, інноваційної та фінансової діяльності, особливості комерційної концесії).

7. Зовнішньоекономічна діяльність.

8. Спеціальні режими господарювання (спеціальні економічні зони, концесії, морська економічна зона тощо).

Податковий Кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Закон України «Про господарські товариства» визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності (установчі документи, реєстрація, права і обов'язки учасників, власність на майно товариства, вклади учасників, прибуток, органи управління, припинення діяльності товариства тощо), характеризує особливості створення та діяльності окремих видів господарських товариств.

Закон України «Про акціонерні товариства» визначає порядок створення, діяльності, припинення, виділення акціонерних товариств, їх правовий статус, права та обов'язки акціонерів. Метою розроблення закону було: удосконалити процес взаємодії утримувачів акцій між собою і з суспільством, зробити діяльність акціонерних товариств прозори-

мців, державна підтримка підприємництва, припинення підприємницької діяльності, некомерційне господарювання).

2. Суб'єкти господарювання (утворення, установчі документи, державна реєстрація, припинення діяльності суб'єкта господарювання, види та організаційно-правові форми підприємств, структура та управління підприємством, майно підприємства, його відносини з іншими суб'єктами, зовнішньоекономічна та соціальна діяльність підприємства, об'єднання підприємств, громадяни-підприємці).

3. Майнова основа господарювання (правовий режим майна суб'єктів господарювання, гарантії та захист майнових прав, використання природних ресурсів, використання прав інтелектуальної власності, цінні папери, корпоративні права).

4. Господарські зобов'язання (види господарських зобов'язань (майнові організаційні), господарські договори, ціни та ціноутворення, визнання суб'єкта банкрутом).

5. Відповідальність за правопорушення у сфері господарювання (відшкодування збитків, штрафні, оперативно-господарські та адміністративні санкції).

6. Особливості правового регулювання окремих галузей господарювання (торговельної діяльності, комерційного посередництва, перевезення вантажів, капітального будівництва, інноваційної та фінансової діяльності, особливості комерційної концесії).

7. Зовнішньоекономічна діяльність.

8. Спеціальні режими господарювання (спеціальні економічні зони, концесії, морська економічна зона тощо).

Податковий Кодекс України регулює відносини, що виникають у сфері справляння податків і зборів, зокрема, визначає вичерпний перелік податків та зборів, що справляються в Україні, та порядок їх адміністрування, платників податків та зборів, їх права та обов'язки, компетенцію контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення податкового контролю, а також відповідальність за порушення податкового законодавства.

Закон України «Про господарські товариства» визначає поняття і види господарських товариств, правила їх створення, діяльності (установчі документи, реєстрація, права і обов'язки учасників, власність на майно товариства, вклади учасників, прибуток, органи управління, припинення діяльності товариства тощо), характеризує особливості створення та діяльності окремих видів господарських товариств.

Закон України «Про акціонерні товариства» визначає порядок створення, діяльності, припинення, виділення акціонерних товариств, їх правовий статус, права та обов'язки акціонерів. Метою розроблення закону було: удосконалити процес взаємодії утримувачів акцій між собою і з суспільством, зробити діяльність акціонерних товариств прозори-

шою, удосконалити структуру управління, протидіяти різним зловживанням з боку недобросовісних власників акцій, створити перешкоди для різного роду «рейдерських атак» і захистити від них законних утримувачів акцій.

Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» є основним елементом системи законодавства з питань державного регулювання у сфері підприємництва. Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності спрямована на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності.

Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» визначає засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності та встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та державних адміністраторів. Документ дозвільного характеру – дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво, інший документ, який дозвільний орган зобов'язаний видати суб'єкту господарювання у разі надання йому права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності.

Сьогодні правове регулювання підприємництва здійснюється численними нормативно-правовими актами як загального, так і спеціального характеру. Однак уповільнення темпів зростання кількості суб'єктів підприємництва, свідчить про недостатність і недосконалість нормативно-правової бази розвитку підприємництва.

Основними **недоліками** правового забезпечення підприємництва в Україні є: неоднозначність, нестабільність і суперечливість чинної нормативно-правової бази підприємництва; практично нефункціонуючий характер багатьох правових актів, дуже низька виконавча дисципліна щодо нормативно-правових документів; наявність у законодавстві багатьох нечітких норм, які при бажанні можна піддати будь-якому трактуванню; необґрунтованість законодавчих обмежень та вимог, які містяться в окремих нормативно-правових актах.

В останні роки Президентом України, Верховною Радою і Урядом було прийнято ряд рішень, які стосуються удосконалення нормативно-правової бази, усунення адміністративних, економічних та організаційних перешкод розвитку підприємництва, запровадження нових підходів до державного дерегулювання у сфері підприємництва.

Насамперед це стосується внесення змін до процесів регулювання, ліцензування, державної реєстрації, видачі різноманітних дозволів, за-

шою, удосконалити структуру управління, протидіяти різним зловживанням з боку недобросовісних власників акцій, створити перешкоди для різного роду «рейдерських атак» і захистити від них законних утримувачів акцій.

Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» є основним елементом системи законодавства з питань державного регулювання у сфері підприємництва. Державна регуляторна політика у сфері господарської діяльності спрямована на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання, недопущення прийняття економічно недоцільних та неефективних регуляторних актів, зменшення втручання держави у діяльність суб'єктів господарювання та усунення перешкод для розвитку господарської діяльності.

Закон України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» визначає засади функціонування дозвільної системи у сфері господарської діяльності та встановлює порядок діяльності дозвільних органів, уповноважених видавати документи дозвільного характеру, та державних адміністраторів. Документ дозвільного характеру – дозвіл, висновок, рішення, погодження, свідоцтво, інший документ, який дозвільний орган зобов'язаний видати суб'єкту господарювання у разі надання йому права на провадження певних дій щодо здійснення господарської діяльності або видів господарської діяльності.

Сьогодні правове регулювання підприємництва здійснюється численними нормативно-правовими актами як загального, так і спеціального характеру. Однак уповільнення темпів зростання кількості суб'єктів підприємництва, свідчить про недостатність і недосконалість нормативно-правової бази розвитку підприємництва.

Основними **недоліками** правового забезпечення підприємництва в Україні є: неоднозначність, нестабільність і суперечливість чинної нормативно-правової бази підприємництва; практично нефункціонуючий характер багатьох правових актів, дуже низька виконавча дисципліна щодо нормативно-правових документів; наявність у законодавстві багатьох нечітких норм, які при бажанні можна піддати будь-якому трактуванню; необґрунтованість законодавчих обмежень та вимог, які містяться в окремих нормативно-правових актах.

В останні роки Президентом України, Верховною Радою і Урядом було прийнято ряд рішень, які стосуються удосконалення нормативно-правової бази, усунення адміністративних, економічних та організаційних перешкод розвитку підприємництва, запровадження нових підходів до державного дерегулювання у сфері підприємництва.

Насамперед це стосується внесення змін до процесів регулювання, ліцензування, державної реєстрації, видачі різноманітних дозволів, за-

провадження нових схем оподаткування, упорядкування планових (позапланових) перевірок фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності державними контролюючими органами.

Розглянута правова база підприємництва є основним чинником формування сприятливого середовища підприємництва в країні.

3.5 Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні

Як засвідчує міжнародний досвід, важливою складовою конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво.

Розвиток підприємництва в значній мірі залежить від зовнішнього середовища, в якому за останні роки відбулися такі суттєві зрушення [99]:

а) індивідуальна споживацька поведінка, яка проявляється у диференціації попиту;

б) розвиток нових технологій, в першу чергу інформаційних і комунікаційних;

в) глобалізація конкуренції.

Доступність значної кількості різноманітних товарів, ріст освітнього і культурного рівня, динамізм життя, підвищення інформованості знаходять відображення в різниці життєвих укладів і культури. Це в свою чергу приводить до суттєвої диференціації попиту, скорочує життєвий цикл товарів, змушує надавати виробам велику індивідуальність і скорочувати обсяги виробництва однотипних товарів. Таким чином, знижується виробництво стандартизованих товарів з певними характеристиками і збільшується виробництво товарів з особливими характеристиками, призначених для певної групи споживачів і здебільшого коротким життєвим циклом. Диференційовані вимоги споживачів примушують бізнес шукати нові підходи до спеціалізації, концентрації і кооперації виробництва.

Прогрес інформатизації суспільства визначив таку особливість зовнішнього оточення організації, коли будь-який індивід або організована група можуть в будь-якому місці і в будь-який час мати доступ через автоматизовані системи зв'язку до будь-якої необхідної для них інформації. Мінімізація і висока ефективність сучасних технологій дають широкий простір для їхнього застосування не тільки великими, але і середніми і малими підприємствами.

Третя домінуюча тенденція – загострення конкуренції в глобальному масштабі. Характерною тенденцією сучасності стає інтернаціоналізація ринків всезростаючої кількості товарів і послуг. При цьому на інтернаціональних ринках діють не тільки гігантські корпорації, але і середні і навіть малі компанії. Ключовими факторами успіху в конкурентній

провадження нових схем оподаткування, упорядкування планових (позапланових) перевірок фінансово-господарської діяльності суб'єктів підприємницької діяльності державними контролюючими органами.

Розглянута правова база підприємництва є основним чинником формування сприятливого середовища підприємництва в країні.

3.5 Проблеми та перспективи розвитку підприємництва в Україні

Як засвідчує міжнародний досвід, важливою складовою конкурентоспроможності національної економіки є підприємництво.

Розвиток підприємництва в значній мірі залежить від зовнішнього середовища, в якому за останні роки відбулися такі суттєві зрушення [99]:

а) індивідуальна споживацька поведінка, яка проявляється у диференціації попиту;

б) розвиток нових технологій, в першу чергу інформаційних і комунікаційних;

в) глобалізація конкуренції.

Доступність значної кількості різноманітних товарів, ріст освітнього і культурного рівня, динамізм життя, підвищення інформованості знаходять відображення в різниці життєвих укладів і культури. Це в свою чергу приводить до суттєвої диференціації попиту, скорочує життєвий цикл товарів, змушує надавати виробам велику індивідуальність і скорочувати обсяги виробництва однотипних товарів. Таким чином, знижується виробництво стандартизованих товарів з певними характеристиками, призначених для певної групи споживачів і здебільшого коротким життєвим циклом. Диференційовані вимоги споживачів примушують бізнес шукати нові підходи до спеціалізації, концентрації і кооперації виробництва.

Прогрес інформатизації суспільства визначив таку особливість зовнішнього оточення організації, коли будь-який індивід або організована група можуть в будь-якому місці і в будь-який час мати доступ через автоматизовані системи зв'язку до будь-якої необхідної для них інформації. Мінімізація і висока ефективність сучасних технологій дають широкий простір для їхнього застосування не тільки великими, але і середніми і малими підприємствами.

Третя домінуюча тенденція – загострення конкуренції в глобальному масштабі. Характерною тенденцією сучасності стає інтернаціоналізація ринків всезростаючої кількості товарів і послуг. При цьому на інтернаціональних ринках діють не тільки гігантські корпорації, але і середні і навіть малі компанії. Ключовими факторами успіху в конкурентній

боротьбі стають детальне вивчення особливих запитів споживачів і специфіки різних регіонів господарювання, скорочення часу на розробку і просування товару на ринок.

Характерною тенденцією сучасного розвитку є також зростання ролі внутрішнього підприємництва (intrapreneurship), тобто створення гібриду великої і малої фірми. Вчені-економісти дають таке визначення внутрішнього підприємництва: «Це розвиток у великій організації внутрішніх ринків і відносно невеликих і незалежних підрозділів».

В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян. Із моменту набуття Україною незалежності відбувалося поступове становлення вітчизняного підприємництва як самостійного соціально-економічного явища. За останні 20 років умови ведення підприємницької діяльності в Україні суттєво змінилися. Вдосконалення законодавчої бази, поступове входження на світовий ринок, стабілізація економіки держави – все це впливає на діяльність як українських, так і закордонних підприємств, що працюють в Україні.

Основними тенденціями розвитку підприємництва в Україні є:

- територіальне розповсюдження підприємництва, зростання кількості юридичних осіб та індивідуальних підприємців;
- зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємців;
- інтенсивний розвиток комерційного підприємництва при незначному розвитку виробничого підприємництва;
- розширення сфери послуг (консультативні, юридичні, страхові, транспортні, туристичні, готельні, охоронні та ін.)

Наразі перед вітчизняним підприємництвом стоять такі важливі завдання як розширення структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг, створення ефективного конкурентного середовища, стимулювання інноваційного розвитку, відродження підприємницької ініціативи населення, створення додаткових робочих місць та підвищення гнучкості зайнятості, зміцнення регіональних економік.

При цьому невід'ємними складовими сучасного підприємництва є малий та середній бізнес. Частка обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) в Україні на початок 2010 р. становила 16,7 %. відсотка, середніми відповідно – 37,7 % відсотка.

Проте, у порівнянні з розвинутими країнами рівень підприємницької діяльності є недостатнім та потребує суттєвого покращення. Потенціал підприємництва не може реалізуватися повною мірою в Україні через несприятливе економічне та правове середовище щодо ведення підприємницької діяльності. Про це свідчать результати двох впливових міжнародних досліджень – Світового банку «Ведення бізнесу – 2010»

боротьбі стають детальне вивчення особливих запитів споживачів і специфіки різних регіонів господарювання, скорочення часу на розробку і просування товару на ринок.

Характерною тенденцією сучасного розвитку є також зростання ролі внутрішнього підприємництва (intrapreneurship), тобто створення гібриду великої і малої фірми. Вчені-економісти дають таке визначення внутрішнього підприємництва: «Це розвиток у великій організації внутрішніх ринків і відносно невеликих і незалежних підрозділів».

В умовах ринкової трансформації економіки України розвиток підприємництва є основою економічного і соціального розвитку, вирішення соціальних проблем, подолання бідності та забезпечення високого рівня життя громадян. Із моменту набуття Україною незалежності відбувалося поступове становлення вітчизняного підприємництва як самостійного соціально-економічного явища. За останні 20 років умови ведення підприємницької діяльності в Україні суттєво змінилися. Вдосконалення законодавчої бази, поступове входження на світовий ринок, стабілізація економіки держави – все це впливає на діяльність як українських, так і закордонних підприємств, що працюють в Україні.

Основними тенденціями розвитку підприємництва в Україні є:

- територіальне розповсюдження підприємництва, зростання кількості юридичних осіб та індивідуальних підприємців;
- зрощення капіталу вітчизняних і зарубіжних підприємців;
- інтенсивний розвиток комерційного підприємництва при незначному розвитку виробничого підприємництва;
- розширення сфери послуг (консультативні, юридичні, страхові, транспортні, туристичні, готельні, охоронні та ін.)

Наразі перед вітчизняним підприємництвом стоять такі важливі завдання як розширення структури пропозицій на внутрішньому ринку товарів та послуг, створення ефективного конкурентного середовища, стимулювання інноваційного розвитку, відродження підприємницької ініціативи населення, створення додаткових робочих місць та підвищення гнучкості зайнятості, зміцнення регіональних економік.

При цьому невід'ємними складовими сучасного підприємництва є малий та середній бізнес. Частка обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) малими підприємствами у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) в Україні на початок 2010 р. становила 16,7 %. відсотка, середніми відповідно – 37,7 % відсотка.

Проте, у порівнянні з розвинутими країнами рівень підприємницької діяльності є недостатнім та потребує суттєвого покращення. Потенціал підприємництва не може реалізуватися повною мірою в Україні через несприятливе економічне та правове середовище щодо ведення підприємницької діяльності. Про це свідчать результати двох впливових міжнародних досліджень – Світового банку «Ведення бізнесу – 2010»

і «Рейтинг глобальної конкурентоспроможності» Всесвітнього економічного форуму. Місце України у рейтинговому дослідженні Міжнародної фінансової корпорації «Ведення бізнесу – 2010» у розрізі окремих показників відображено в таблиці 3.1 [39].

Так, за простотою ведення бізнесу у 2010 році Україна посідала 142-е місце зі 183 країн світу, покращивши минулорічний результат на чотири позиції.

До причин такого стану належить як наявність проблем регуляторного характеру (на загальнодержавному і регіональному рівнях), так і неадекватна вимогам цивілізованої соціально-ринкової економіки діяльність значного сегменту бізнесу.

Таблиця 3.1. – Місце України в рейтингу за показниками ведення бізнесу

№ п/п	Показник	Ведення бізнесу 2010, рейтинг України	Ведення бізнесу 2009, рейтинг України	Зміна рейтингу
Ведення бізнесу		142	146	+4
1	Започаткування бізнесу	134	126	-8
2	Дозвільна система у будівництві	181	181	0
3	Найм робочої сили	83	90	+7
4	Реєстрація власності	141	144	+3
5	Доступ до кредитів	30	27	-3
6	Захист прав інвесторів	109	143	+34
7	Система оподаткування	181	182	+1
8	Міжнародна торгівля	139	139	0
9	Забезпечення виконання контрактів	43	46	+3
10	Ліквідація підприємств	150	145	-5

Основні обмеження, що погіршують підприємницький клімат та негативно впливають на розвиток підприємницької діяльності в Україні, за даними рейтингу такі:

– стійка тенденція до збереження високих витрат часу на проходження офіційних процедур для започаткування власного бізнесу в Україні (отримання дозволів, ліцензій, проходження перевірок). Кількість робочих днів, що витрачається підприємцями на проходження

і «Рейтинг глобальної конкурентоспроможності» Всесвітнього економічного форуму. Місце України у рейтинговому дослідженні Міжнародної фінансової корпорації «Ведення бізнесу – 2010» у розрізі окремих показників відображено в таблиці 3.1 [39].

Так, за простотою ведення бізнесу у 2010 році Україна посідала 142-е місце зі 183 країн світу, покращивши минулорічний результат на чотири позиції.

До причин такого стану належить як наявність проблем регуляторного характеру (на загальнодержавному і регіональному рівнях), так і неадекватна вимогам цивілізованої соціально-ринкової економіки діяльність значного сегменту бізнесу.

Таблиця 3.1. – Місце України в рейтингу за показниками ведення бізнесу

№ п/п	Показник	Ведення бізнесу 2010, рейтинг України	Ведення бізнесу 2009, рейтинг України	Зміна рейтингу
Ведення бізнесу		142	146	+4
1	Започаткування бізнесу	134	126	-8
2	Дозвільна система у будівництві	181	181	0
3	Найм робочої сили	83	90	+7
4	Реєстрація власності	141	144	+3
5	Доступ до кредитів	30	27	-3
6	Захист прав інвесторів	109	143	+34
7	Система оподаткування	181	182	+1
8	Міжнародна торгівля	139	139	0
9	Забезпечення виконання контрактів	43	46	+3
10	Ліквідація підприємств	150	145	-5

Основні обмеження, що погіршують підприємницький клімат та негативно впливають на розвиток підприємницької діяльності в Україні, за даними рейтингу такі:

– стійка тенденція до збереження високих витрат часу на проходження офіційних процедур для започаткування власного бізнесу в Україні (отримання дозволів, ліцензій, проходження перевірок). Кількість робочих днів, що витрачається підприємцями на проходження

офіційних процедур, становить в Україні 27 днів, тоді як у країнах ЄС на проходження аналогічних процедур витрачається у середньому 16 днів, у Македонії – 3, Угорщині – 4, Албанії та Білорусі – 5, Словенії – 6, Естонії – 7, Румунії та Молдові – 10 днів;

– зростання грошових витрат підприємців на проходження дозвільних процедур. Вартість отримання дозволів на будівництво в Україні порівняно з 2009 роком зросла на 288,3 % і склала в 2010 р. 1737,6 % від величини середнього доходу на душу населення;

– збереження значних обсягів витрат, пов'язаних із ліквідацією підприємств, що становлять 42 % від розміру середнього доходу на душу населення, тоді як у Бельгії, Данії, Словенії у 2010 р. цей показник був на рівні 4 %, Росії, Молдові – 9 %;

– зростання часових і грошових витрат підприємців на реєстрацію власності в Україні. Так, якщо у 2009 р. для реєстрації власності необхідно було 93 дні, то у 2010 р. цей показник зріс до 117 днів, що більше ніж у 3 рази перевищує середнє значення аналогічного показника для країн ЄС. Зросла і вартість адміністративних послуг під час реєстрації власності – з 2,6 % від вартості власності у 2009 р. до 4,1 % у 2010 р.;

– збереження незадовільних показників в оподаткуванні. Кількість виплат і витраченого часу на сплату податків є надмірними та негативно впливають на підприємницький клімат в Україні. Так, кількість часу, витраченого на підготовку податкових документів, в Україні складає 657 годин і перевищує середній показник країн ЄС у 2,9 разу. Кількість виплат у 2010 р. складала 135, що у понад 7 разів перевищувала середнє значення для країн ЄС [103].

З одного боку, державне регулювання підприємництва є занадто обтяжливим, що потребує заходів дерегуляції, спрямованих на досягнення європейських стандартів. З іншого – діяльність значного прошарку суб'єктів господарювання характеризується низькою соціальною відповідальністю; нерідкими є факти ухилення від оподаткування, проведення тіньових операцій та виведення капіталу за межі країни.

Рівень кваліфікації підприємців в Україні є невисоким, що значно ускладнює перспективи його інноваційного розвитку. Відсутність спеціальних знань у сфері бізнес-освіти, неефективний менеджмент знижують конкурентоспроможність бізнесу, погіршують якість його персоналу.

Одним з основних гальмуючих факторів розвитку підприємництва є недостатність у підприємців коштів для розвитку власної справи та високі відсоткові ставки за користування банківськими кредитами. Не результативними виявилися регіональні програми підтримки малого бізнесу. Не відповідає сучасним вимогам інфраструктура, яка характеризується нерівномірним розташуванням та функції якої зводяться до обслуговування підприємницької діяльності. Потребує активізації участь громадськості в прийнятті управлінських рішень стосовно покращення

офіційних процедур, становить в Україні 27 днів, тоді як у країнах ЄС на проходження аналогічних процедур витрачається у середньому 16 днів, у Македонії – 3, Угорщині – 4, Албанії та Білорусі – 5, Словенії – 6, Естонії – 7, Румунії та Молдові – 10 днів;

– зростання грошових витрат підприємців на проходження дозвільних процедур. Вартість отримання дозволів на будівництво в Україні порівняно з 2009 роком зросла на 288,3 % і склала в 2010 р. 1737,6 % від величини середнього доходу на душу населення;

– збереження значних обсягів витрат, пов'язаних із ліквідацією підприємств, що становлять 42 % від розміру середнього доходу на душу населення, тоді як у Бельгії, Данії, Словенії у 2010 р. цей показник був на рівні 4 %, Росії, Молдові – 9 %;

– зростання часових і грошових витрат підприємців на реєстрацію власності в Україні. Так, якщо у 2009 р. для реєстрації власності необхідно було 93 дні, то у 2010 р. цей показник зріс до 117 днів, що більше ніж у 3 рази перевищує середнє значення аналогічного показника для країн ЄС. Зросла і вартість адміністративних послуг під час реєстрації власності – з 2,6 % від вартості власності у 2009 р. до 4,1 % у 2010 р.;

– збереження незадовільних показників в оподаткуванні. Кількість виплат і витраченого часу на сплату податків є надмірними та негативно впливають на підприємницький клімат в Україні. Так, кількість часу, витраченого на підготовку податкових документів, в Україні складає 657 годин і перевищує середній показник країн ЄС у 2,9 разу. Кількість виплат у 2010 р. складала 135, що у понад 7 разів перевищувала середнє значення для країн ЄС [103].

З одного боку, державне регулювання підприємництва є занадто обтяжливим, що потребує заходів дерегуляції, спрямованих на досягнення європейських стандартів. З іншого – діяльність значного прошарку суб'єктів господарювання характеризується низькою соціальною відповідальністю; нерідкими є факти ухилення від оподаткування, проведення тіньових операцій та виведення капіталу за межі країни.

Рівень кваліфікації підприємців в Україні є невисоким, що значно ускладнює перспективи його інноваційного розвитку. Відсутність спеціальних знань у сфері бізнес-освіти, неефективний менеджмент знижують конкурентоспроможність бізнесу, погіршують якість його персоналу.

Одним з основних гальмуючих факторів розвитку підприємництва є недостатність у підприємців коштів для розвитку власної справи та високі відсоткові ставки за користування банківськими кредитами. Не результативними виявилися регіональні програми підтримки малого бізнесу. Не відповідає сучасним вимогам інфраструктура, яка характеризується нерівномірним розташуванням та функції якої зводяться до обслуговування підприємницької діяльності. Потребує активізації участь громадськості в прийнятті управлінських рішень стосовно покращення

бізнес-середовища. Цілеспрямованої державної політики потребує розвиток державно-приватного партнерства в Україні.

До основних проблем, які на сьогодні перешкоджають зміцненню економічної безпеки та структурним реформам у секторі підприємництва України, відносяться: наявність прямих та опосередкованих злочинних, кримінальних посягань, так званого «рейдерства», а також дискримінаційних дій щодо підприємців тощо. Спроби протиправного захоплення підприємств здійснюються шляхом подання до державних реєстраторів підроблених документів. Верховною Радою прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств» (2009 р.) яким було внесено зміни до Господарського та Цивільного процесуальних кодексів України та Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців».

В умовах фінансово-економічної кризи в Україні відзначалося значне погіршення показників розвитку бізнесу. До факторів негативного впливу на їх динаміку належать скорочення споживчого попиту, загострення проблем у банківській сфері, погіршення умов кредитування реальної економіки, обмеження державних інвестицій та фінансової підтримки бізнесу, зменшення зарубіжного інвестування в розвиток приватного сектору та ін.

Найважливіша роль в усуненні вищезазначених перешкод та забезпеченню подальшому розвитку підприємництва віддається державі. Державне регулювання підприємництва в Україні потребує не тільки підтримки стабільного, поступального його розвитку, а і створення умов для суттєвого прискорення темпів його приросту, впровадження інновацій, активізації міжнародних операцій та формування конкурентоспроможних вітчизняних підприємств [39].

Урядом України проводиться політика щодо створення сприятливих умов для ведення бізнесу, усунення існуючих перешкод для бізнесу, створення привабливих умов для діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, що дозволить залучити до розвитку вітчизняної економіки інвестиції та потенціал приватного капіталу. За останні роки в Україні прийнято основоположні закони, які відповідають європейським принципам регулювання підприємницької діяльності, у сферах: ліцензування, державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, дозвільній системі (обмеження кількості документів дозвільного характеру), у сфері технічного регулювання, закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні».

Серед нагальних завдань у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні визначено такі [37, 38, 39]:

– спрощення дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру

бізнес-середовища. Цілеспрямованої державної політики потребує розвиток державно-приватного партнерства в Україні.

До основних проблем, які на сьогодні перешкоджають зміцненню економічної безпеки та структурним реформам у секторі підприємництва України, відносяться: наявність прямих та опосередкованих злочинних, кримінальних посягань, так званого «рейдерства», а також дискримінаційних дій щодо підприємців тощо. Спроби протиправного захоплення підприємств здійснюються шляхом подання до державних реєстраторів підроблених документів. Верховною Радою прийнято Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо протидії протиправному поглинанню та захопленню підприємств» (2009 р.) яким було внесено зміни до Господарського та Цивільного процесуальних кодексів України та Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців».

В умовах фінансово-економічної кризи в Україні відзначалося значне погіршення показників розвитку бізнесу. До факторів негативного впливу на їх динаміку належать скорочення споживчого попиту, загострення проблем у банківській сфері, погіршення умов кредитування реальної економіки, обмеження державних інвестицій та фінансової підтримки бізнесу, зменшення зарубіжного інвестування в розвиток приватного сектору та ін.

Найважливіша роль в усуненні вищезазначених перешкод та забезпеченню подальшому розвитку підприємництва віддається державі. Державне регулювання підприємництва в Україні потребує не тільки підтримки стабільного, поступального його розвитку, а і створення умов для суттєвого прискорення темпів його приросту, впровадження інновацій, активізації міжнародних операцій та формування конкурентоспроможних вітчизняних підприємств [39].

Урядом України проводиться політика щодо створення сприятливих умов для ведення бізнесу, усунення існуючих перешкод для бізнесу, створення привабливих умов для діяльності суб'єктів підприємницької діяльності, що дозволить залучити до розвитку вітчизняної економіки інвестиції та потенціал приватного капіталу. За останні роки в Україні прийнято основоположні закони, які відповідають європейським принципам регулювання підприємницької діяльності, у сферах: ліцензування, державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, дозвільній системі (обмеження кількості документів дозвільного характеру), у сфері технічного регулювання, закон «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні».

Серед нагальних завдань у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні визначено такі [37, 38, 39]:

– спрощення дозвільних процедур та процедур здійснення державного нагляду (контролю), отримання документів дозвільного характеру

для суб'єктів підприємництва та скорочення строку проведення таких процедур;

- удосконалення порядку ведення податкового і статистичного обліку та звітності суб'єктів господарської діяльності, зниження податкового тиску на економіку та забезпечення його рівномірності.
- зниження тиску на суб'єктів господарювання з боку контролюючих органів, протидія рейдерству та корупції;
- вдосконалення інфраструктури розвитку підприємництва;
- впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва.
- створення сприятливих фінансових передумов для започаткування та здійснення підприємницької діяльності, доступності фінансових ресурсів для суб'єктів підприємницької діяльності;
- забезпечення державної підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва, що працюють у сфері інвестиційної, інноваційної і науково-технічної діяльності, впровадження зарубіжного досвіду з питань започаткування нових інноваційних технологій в господарській діяльності;
- посилення уваги до інформаційного забезпечення, навчання і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів підприємництва;
- підтримка нових механізмів співробітництва органів виконавчої влади та громадськості.

Важливим напрямом зміцнення конкурентоспроможності національної економіки є забезпечення високого рівня інноваційної активності вітчизняних підприємств. В Україні рівень упровадження інновацій є досить низьким (лише 11% промислових підприємств країни ведуть інноваційну діяльність) та має понижувальну тенденцію, що прямо обумовило низький рівень її міжнародної конкурентоспроможності. У 2010 році за загальним рейтингом глобальної конкурентоспроможності Україна займала 89 місце (серед 139 країн), у 2009 році – 82 місце (Польща – 46, Росія – 63), за рейтингом щодо інноваційного фактору – 80 місце (Польща – 46, Росія – 73). головним завданням політики щодо розвитку інноваційного підприємництва є забезпечення сприйнятливості суб'єктів підприємництва до позитивних сигналів з боку ринкового середовища та спеціальних заходів, які стимулюють інноваційну активність та забезпечують поширення інновацій по усіх сферах національної економіки.

Першочерговими завданнями для України в процесі втілення в життя європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу є досягнення і формалізація домовленостей з ЄС щодо впровадження в Україні принципів, викладених в АМБ. Європейська Комісія опублікувала «Акт з питань малого бізнесу» (АМБ) для Європи (Small Business Act for Europe, SBA), який передбачає здійснення Комісією та краї-

для суб'єктів підприємництва та скорочення строку проведення таких процедур;

- удосконалення порядку ведення податкового і статистичного обліку та звітності суб'єктів господарської діяльності, зниження податкового тиску на економіку та забезпечення його рівномірності.
- зниження тиску на суб'єктів господарювання з боку контролюючих органів, протидія рейдерству та корупції;
- вдосконалення інфраструктури розвитку підприємництва;
- впровадження регіональної політики сприяння розвитку малого підприємництва.
- створення сприятливих фінансових передумов для започаткування та здійснення підприємницької діяльності, доступності фінансових ресурсів для суб'єктів підприємницької діяльності;
- забезпечення державної підтримки суб'єктів малого і середнього підприємництва, що працюють у сфері інвестиційної, інноваційної і науково-технічної діяльності, впровадження зарубіжного досвіду з питань започаткування нових інноваційних технологій в господарській діяльності;
- посилення уваги до інформаційного забезпечення, навчання і підвищення кваліфікації кадрів для суб'єктів підприємництва;
- підтримка нових механізмів співробітництва органів виконавчої влади та громадськості.

Важливим напрямом зміцнення конкурентоспроможності національної економіки є забезпечення високого рівня інноваційної активності вітчизняних підприємств. В Україні рівень упровадження інновацій є досить низьким (лише 11% промислових підприємств країни ведуть інноваційну діяльність) та має понижувальну тенденцію, що прямо обумовило низький рівень її міжнародної конкурентоспроможності. У 2010 році за загальним рейтингом глобальної конкурентоспроможності Україна займала 89 місце (серед 139 країн), у 2009 році – 82 місце (Польща – 46, Росія – 63), за рейтингом щодо інноваційного фактору – 80 місце (Польща – 46, Росія – 73). головним завданням політики щодо розвитку інноваційного підприємництва є забезпечення сприйнятливості суб'єктів підприємництва до позитивних сигналів з боку ринкового середовища та спеціальних заходів, які стимулюють інноваційну активність та забезпечують поширення інновацій по усіх сферах національної економіки.

Першочерговими завданнями для України в процесі втілення в життя європейських підходів до розвитку малого та середнього бізнесу є досягнення і формалізація домовленостей з ЄС щодо впровадження в Україні принципів, викладених в АМБ. Європейська Комісія опублікувала «Акт з питань малого бізнесу» (АМБ) для Європи (Small Business Act for Europe, SBA), який передбачає здійснення Комісією та краї-

нами-членами ЄС заходів з забезпечення його підтримки за такими основними напрямками, як освіта та підготовка кадрів, створення пільгових умов для початку діяльності, забезпечення доступу до інформації і сучасних технологій, створення адекватної правової та податкової бази [39].

Основним напрямком відродження і соціально-економічного розвитку всіх без виключення регіонів України є розвиток малого підприємництва. Крім фінансово-кредитної підтримки (потреба малих підприємств у кредитних ресурсах задовольняється не більше ніж на 5-7%), суб'єкти малого підприємництва потребують ресурсної та інформаційної допомоги від місцевої влади.

Вітчизняні підприємства потребують побудови моделі соціальної відповідальності, яка буде адекватною сучасним ціннісним орієнтаціям суспільства, потребам трудових колективів та економічним орієнтаціям власників підприємств.

Отже, в Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають розвитку вітчизняного підприємництва, вирішення яких забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у цих перетвореннях повинна відігравати держава.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Назвіть передумови ефективного функціонування суб'єктів підприємництва
2. Охарактеризуйте елементи підприємницького середовища
3. Що означає поняття «інфраструктура підприємництва» та на які складові поділяється?
4. Які об'єкти належать до інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва?
5. Які функції виконують бізнес-центри та бізнес-інкубатори?
6. Назвіть основні та додаткові функції підприємництва
7. Охарактеризуйте правову базу підприємництва в Україні
8. Назвіть гальмуючі фактори та напрямки розвитку підприємництва в Україні.

нами-членами ЄС заходів з забезпечення його підтримки за такими основними напрямками, як освіта та підготовка кадрів, створення пільгових умов для початку діяльності, забезпечення доступу до інформації і сучасних технологій, створення адекватної правової та податкової бази [39].

Основним напрямком відродження і соціально-економічного розвитку всіх без виключення регіонів України є розвиток малого підприємництва. Крім фінансово-кредитної підтримки (потреба малих підприємств у кредитних ресурсах задовольняється не більше ніж на 5-7%), суб'єкти малого підприємництва потребують ресурсної та інформаційної допомоги від місцевої влади.

Вітчизняні підприємства потребують побудови моделі соціальної відповідальності, яка буде адекватною сучасним ціннісним орієнтаціям суспільства, потребам трудових колективів та економічним орієнтаціям власників підприємств.

Отже, в Україні на сьогоднішній день є багато проблем, що перешкоджають розвитку вітчизняного підприємництва, вирішення яких забезпечить підвищення ефективності підприємницької діяльності, забезпечить розширення підприємницького сектора, зменшення тіньового сектору. Основну роль у цих перетвореннях повинна відігравати держава.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Назвіть передумови ефективного функціонування суб'єктів підприємництва
2. Охарактеризуйте елементи підприємницького середовища
3. Що означає поняття «інфраструктура підприємництва» та на які складові поділяється?
4. Які об'єкти належать до інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва?
5. Які функції виконують бізнес-центри та бізнес-інкубатори?
6. Назвіть основні та додаткові функції підприємництва
7. Охарактеризуйте правову базу підприємництва в Україні
8. Назвіть гальмуючі фактори та напрямки розвитку підприємництва в Україні.

ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 4.1 Підприємство як форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств
- 4.2 Підприємства колективної власності. Особливості та види кооперативів
- 4.3 Державні та змішані підприємства
- 4.4 Підприємства з іноземними інвестиціями
- 4.5 Мале підприємництво
- 4.6 Організаційно-правові форми підприємництва
 - 4.6.1 Одноособове володіння
 - 4.6.2 Види господарських товариств
 - 4.6.3 Особливості акціонерних товариств

4.1 Підприємство як організаційна форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств

Сучасна ринкова економіка ґрунтується на підприємстві в різноманітних його модифікаціях. Підприємство може здійснюватись у формі підприємства або як індивідуальне підприємство. В останньому випадку підприємство не створюється, а реєструється фізична особа-підприємець.

У західній економічній літературі підприємство називають фірмою.

Згідно із статтею 62 Господарського Кодексу України, **підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності.

Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності. Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційний код. Підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо). Підприєм-

ВИДИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВІ ФОРМИ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 4.1 Підприємство як форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств
- 4.2 Підприємства колективної власності. Особливості та види кооперативів
- 4.3 Державні та змішані підприємства
- 4.4 Підприємства з іноземними інвестиціями
- 4.5 Мале підприємництво
- 4.6 Організаційно-правові форми підприємництва
 - 4.6.1 Одноособове володіння
 - 4.6.2 Види господарських товариств
 - 4.6.3 Особливості акціонерних товариств

4.1 Підприємство як організаційна форма прояву підприємництва. Класифікація підприємств

Сучасна ринкова економіка ґрунтується на підприємстві в різноманітних його модифікаціях. Підприємство може здійснюватись у формі підприємства або як індивідуальне підприємство. В останньому випадку підприємство не створюється, а реєструється фізична особа-підприємець.

У західній економічній літературі підприємство називають фірмою.

Згідно із статтею 62 Господарського Кодексу України, **підприємство** – самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності.

Підприємства можуть створюватись як для здійснення підприємництва, так і для некомерційної господарської діяльності. Підприємство є юридичною особою, має відокремлене майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, печатку із своїм найменуванням та ідентифікаційний код. Підприємство може складатися з виробничих структурних підрозділів (виробництв, цехів, відділень, дільниць, бригад, бюро, лабораторій тощо), а також функціональних структурних підрозділів апарату управління (управлінь, відділів, бюро, служб тощо). Підприєм-

ство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого підприємством.

Відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, громадянами в усіх сферах господарської діяльності здійснюються на основі договорів. Підприємства можуть створювати об'єднання: асоціації, консорціуми, концерни, та інші. Підприємства-учасники об'єднання підприємств зберігають статус юридичної особи.

Залежно від **форм власності** в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- **приватне** підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи). Приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи. На 1.07 2011 р. в Україні було зареєстровано 286,6 тис. приватних підприємств.

- підприємство, що діє на основі **колективної власності** (підприємство колективної власності);

- **комунальне** підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

- **державне** підприємство, що діє на основі державної власності;

- підприємство, засноване на **змішаній формі власності** (на базі об'єднання майна різних форм власності).

У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як 10%, воно визнається підприємством з **іноземними інвестиціями**. Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить 100%, вважається **іноземним підприємством**.

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

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі

ство має право створювати філії, представництва, відділення та інші відокремлені підрозділи. Такі відокремлені підрозділи не мають статусу юридичної особи і діють на основі положення про них, затвердженого підприємством.

Відносини підприємства з іншими підприємствами, організаціями, громадянами в усіх сферах господарської діяльності здійснюються на основі договорів. Підприємства можуть створювати об'єднання: асоціації, консорціуми, концерни, та інші. Підприємства-учасники об'єднання підприємств зберігають статус юридичної особи.

Залежно від **форм власності** в Україні можуть діяти підприємства таких видів:

- **приватне** підприємство, що діє на основі приватної власності громадян чи суб'єкта господарювання (юридичної особи). Приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства та його (їх) праці чи з використанням найманої праці. Приватним є також підприємство, що діє на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи. На 1.07 2011 р. в Україні було зареєстровано 286,6 тис. приватних підприємств.

- підприємство, що діє на основі **колективної власності** (підприємство колективної власності);

- **комунальне** підприємство, що діє на основі комунальної власності територіальної громади;

- **державне** підприємство, що діє на основі державної власності;

- підприємство, засноване на **змішаній формі власності** (на базі об'єднання майна різних форм власності).

У разі якщо в статутному капіталі підприємства іноземна інвестиція становить не менш як 10%, воно визнається підприємством з **іноземними інвестиціями**. Підприємство, в статутному капіталі якого іноземна інвестиція становить 100%, вважається **іноземним підприємством**.

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

Унітарне підприємство створюється одним засновником, який виділяє необхідне для того майно, формує відповідно до закону статутний капітал, не поділений на частки (паї), затверджує статут, розподіляє доходи, безпосередньо або через керівника, який ним призначається, керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства. Унітарними є підприємства державні, комунальні, підприємства, засновані на власності об'єднання громадян, релігійної організації або на приватній власності засновника.

Корпоративне підприємство утворюється, як правило, двома або більше засновниками за їх спільним рішенням (договором), діє на основі

об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

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

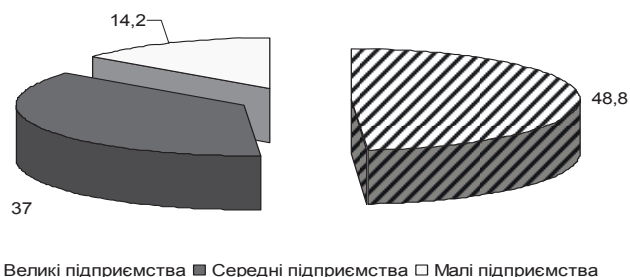


Рисунок 4.1 – Частка підприємств у % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) в Україні у 2010 році (за даними Державного комітету статистики України)

Зведену класифікацію підприємств представлено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Класифікація підприємств

Класифікаційна ознака	Вид підприємства
Мета і характер діяльності	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Комерційне, яке діє з метою отримання прибутку. ▪ Некомерційне, для якого отримання прибутку не є основною метою.
Форма власності	Приватне, колективне, державне, комунальне, змішане.
Належність капіталу	Національне, іноземне, з іноземними інвестиціями (спільне).

об'єднання майна та/або підприємницької чи трудової діяльності засновників (учасників), їх спільного управління справами, на основі корпоративних прав, у тому числі через органи, що ними створюються, участі засновників (учасників) у розподілі доходів та ризиків підприємства. Корпоративними є кооперативні підприємства, підприємства, що створюються у формі господарського товариства, а також інші підприємства, в тому числі засновані на приватній власності двох або більше осіб.

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



Рисунок 4.1 – Частка підприємств у % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) в Україні у 2010 році (за даними Державного комітету статистики України)

Зведену класифікацію підприємств представлено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1 – Класифікація підприємств

Класифікаційна ознака	Вид підприємства
Мета і характер діяльності	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Комерційне, яке діє з метою отримання прибутку. ▪ Некомерційне, для якого отримання прибутку не є основною метою.
Форма власності	Приватне, колективне, державне, комунальне, змішане.
Належність капіталу	Національне, іноземне, з іноземними інвестиціями (спільне).

Класифікаційна ознака	Вид підприємства
Галузево-функціональний вид діяльності (згідно із класифікацією видів економічної діяльності – КВЕД)	Промислове, будівельне, сільськогосподарське, транспортне, торговельне, банківське, страхове, туристичне та ін.
Спосіб утворення (заснування) та формування статутного капіталу	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Унітарне – створюється одним засновником (держава, об'єднання громадян, приватний власник). ▪ Корпоративне – утворюється, двома або більше засновниками, діє на основі об'єднання майна та підприємницької чи трудової діяльності засновників, їх спільного управління справами..
Розмір (чисельність працюючих та обсяг валового доходу за рік)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мале (до 50 осіб та 10 млн. євро) ▪ Середнє ▪ Велике (більше 250 осіб та 50 млн. євро).

Підприємства також розрізняють за організаційно-правовою формою господарювання (див. 4.6).

4.2 Підприємства колективної власності. Особливості та види кооперативів

Згідно з Господарським кодексом України, підприємством колективної власності визнається корпоративне або унітарне підприємство, що діє на основі колективної власності засновника (засновників).

Підприємствами колективної власності є виробничі кооперативи, підприємства споживчої кооперації, підприємства громадських та релігійних організацій та інші.

Кооператив – юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. Діяльність кооперативу спрямована в принципі не на отримання доходів, а на надання допомоги та підтримку його членів.

Кооператив діє на основі статуту. Член кооперативу робить вступний та пайовий внески в порядку, визначеному статутом. Вищим органом управління кооперативу є загальні збори членів кооперативу, де кожний учасник має один голос. Виконавчим органом кооперативу є правління, яке очолює голова. У кооперативі, в якому кількість членів

Класифікаційна ознака	Вид підприємства
Галузево-функціональний вид діяльності (згідно із класифікацією видів економічної діяльності – КВЕД)	Промислове, будівельне, сільськогосподарське, транспортне, торговельне, банківське, страхове, туристичне та ін.
Спосіб утворення (заснування) та формування статутного капіталу	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Унітарне – створюється одним засновником (держава, об'єднання громадян, приватний власник). ▪ Корпоративне – утворюється, двома або більше засновниками, діє на основі об'єднання майна та підприємницької чи трудової діяльності засновників, їх спільного управління справами..
Розмір (чисельність працюючих та обсяг валового доходу за рік)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мале (до 50 осіб та 10 млн. євро) ▪ Середнє ▪ Велике (більше 250 осіб та 50 млн. євро).

Підприємства також розрізняють за організаційно-правовою формою господарювання (див. 4.6).

4.2 Підприємства колективної власності. Особливості та види кооперативів

Згідно з Господарським кодексом України, підприємством колективної власності визнається корпоративне або унітарне підприємство, що діє на основі колективної власності засновника (засновників).

Підприємствами колективної власності є виробничі кооперативи, підприємства споживчої кооперації, підприємства громадських та релігійних організацій та інші.

Кооператив – юридична особа, утворена фізичними та/або юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування. Діяльність кооперативу спрямована в принципі не на отримання доходів, а на надання допомоги та підтримку його членів.

Кооператив діє на основі статуту. Член кооперативу робить вступний та пайовий внески в порядку, визначеному статутом. Вищим органом управління кооперативу є загальні збори членів кооперативу, де кожний учасник має один голос. Виконавчим органом кооперативу є правління, яке очолює голова. У кооперативі, в якому кількість членів

перевищує 50 осіб, може утворюватися спостережна рада кооперативу. Спостережна рада кооперативу обирається із числа членів кооперативу у кількості 3-5 чоловік. Спостережна рада кооперативу здійснює контроль за додержанням статуту кооперативу та за діяльністю виконавчого органу управління кооперативу. Для контролю за фінансово-господарською діяльністю кооперативу обирається ревізійна комісія. Розподіл доходу між членами кооперативу здійснюється відповідно до їх трудової та майнової участі в діяльності кооперативу. Кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями усім належним йому майном.

Кооперативи можуть створюватися у різних галузях (виробничі, споживчі, житлові тощо). Діяльність різних видів кооперативів регулюється законом «Про кооперацію» та іншими законами.

Виробничий кооператив – кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних осіб для спільної виробничої або іншої господарської діяльності на засадах їх обов'язкової трудової участі з метою одержання прибутку; Найменування виробничого кооперативу повинно містити слова «виробничий кооператив» або «кооперативне підприємство».

Обслуговуючий кооператив – кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для надання послуг переважно членам кооперативу, а також іншим особам з метою провадження їх господарської діяльності. Обслуговуючі кооперативи надають послуги іншим особам в обсягах, що не перевищують 20 відсотків загального обороту кооперативу.

Споживчий кооператив (споживче товариство) кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для організації торговельного обслуговування, заготівель сільськогосподарської продукції, сировини, виробництва продукції та надання інших послуг з метою задоволення споживчих потреб його членів.

Кооператив може займатись виробництвом та збутом продукції, постачанням, закупівлею та споживанням товарів, або послуг, обслуговуванням його членів та інших осіб, будівництвом та експлуатацією житлових будинків.

Таким чином, кооператив – це об'єднання споживачів, фермерів, дрібних виробників. Наприклад, кооперативне товариство оптової закупівлі, кооперативне будівельне товариство, кооперативний магазин, садівницький (дачний) кооператив, житловий кооператив.

В ринковій економіці розвинутих країн кооперативи становлять відносно невелику частку (кілька процентів) і зосереджені у сільському господарстві, постачанні сільськогосподарських товарів та закупівлі сировини. Великі національні та регіональні кооперативні союзи в Німеччині, Італії, Австрії, Норвегії, Швеції, Великобританії, Австралії, Канаді здійснюють операції з імпорту та експорту на світовому ринку, таким чином усуваючи закордонних посередників.

перевищує 50 осіб, може утворюватися спостережна рада кооперативу. Спостережна рада кооперативу обирається із числа членів кооперативу у кількості 3-5 чоловік. Спостережна рада кооперативу здійснює контроль за додержанням статуту кооперативу та за діяльністю виконавчого органу управління кооперативу. Для контролю за фінансово-господарською діяльністю кооперативу обирається ревізійна комісія. Розподіл доходу між членами кооперативу здійснюється відповідно до їх трудової та майнової участі в діяльності кооперативу. Кооператив відповідає за своїми зобов'язаннями усім належним йому майном.

Кооперативи можуть створюватися у різних галузях (виробничі, споживчі, житлові тощо). Діяльність різних видів кооперативів регулюється законом «Про кооперацію» та іншими законами.

Виробничий кооператив – кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних осіб для спільної виробничої або іншої господарської діяльності на засадах їх обов'язкової трудової участі з метою одержання прибутку; Найменування виробничого кооперативу повинно містити слова «виробничий кооператив» або «кооперативне підприємство».

Обслуговуючий кооператив – кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для надання послуг переважно членам кооперативу, а також іншим особам з метою провадження їх господарської діяльності. Обслуговуючі кооперативи надають послуги іншим особам в обсягах, що не перевищують 20 відсотків загального обороту кооперативу.

Споживчий кооператив (споживче товариство) кооператив, який утворюється шляхом об'єднання фізичних та/або юридичних осіб для організації торговельного обслуговування, заготівель сільськогосподарської продукції, сировини, виробництва продукції та надання інших послуг з метою задоволення споживчих потреб його членів.

Кооператив може займатись виробництвом та збутом продукції, постачанням, закупівлею та споживанням товарів, або послуг, обслуговуванням його членів та інших осіб, будівництвом та експлуатацією житлових будинків.

Таким чином, кооператив – це об'єднання споживачів, фермерів, дрібних виробників. Наприклад, кооперативне товариство оптової закупівлі, кооперативне будівельне товариство, кооперативний магазин, садівницький (дачний) кооператив, житловий кооператив.

В ринковій економіці розвинутих країн кооперативи становлять відносно невелику частку (кілька процентів) і зосереджені у сільському господарстві, постачанні сільськогосподарських товарів та закупівлі сировини. Великі національні та регіональні кооперативні союзи в Німеччині, Італії, Австрії, Норвегії, Швеції, Великобританії, Австралії, Канаді здійснюють операції з імпорту та експорту на світовому ринку, таким чином усуваючи закордонних посередників.

В минулому на початку розвитку ринкових відносин в економіці України у межах кооперативного руху відбувався розвиток приватного (недержавного) сектора. Фактично тільки незначну частину цих підприємств можна було віднести дійсно до кооперативів. У майбутньому очевидно розвиток кооперативів у вітчизняній економіці відбуватиметься в невеликих межах, як в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Споживча кооперація в Україні – система самоврядних організацій громадян (споживчих товариств, їх спілок, об'єднань), а також підприємств та установ цих організацій, яка є самостійною організаційною формою кооперативного руху.

Первинною ланкою споживчої кооперації є **споживче товариство** – самоврядна організація громадян, які на основі добровільності членства, майнової участі та взаємодопомоги об'єднуються для спільної господарської діяльності з метою колективного організованого забезпечення своїх економічних і соціальних інтересів. Кожний член споживчого товариства має свою частку в його майні. Споживче товариство є юридичною особою і діє на основі статуту. Споживчі товариства можуть на добровільних засадах об'єднуватися в спілки, інші форми об'єднання, передбачені законом, єдину спілку споживчих товариств України. Підприємствами споживчої кооперації визнаються унітарні або корпоративні підприємства, утворені споживчим товариством (товариствами) або спілкою (об'єднанням) споживчих товариств з метою здійснення статутних цілей цих товариств, спілок (об'єднань).

Підприємством об'єднання громадян, релігійної організації є унітарне підприємство, засноване на власності об'єднання громадян (громадської організації, політичної партії) або власності релігійної організації для здійснення господарської діяльності з метою виконання їх статутних завдань. Засновником підприємства об'єднання громадян є відповідне об'єднання громадян, що має статус юридичної особи, а також об'єднання (спілка) громадських організацій у разі, якщо його статутом передбачено право заснування підприємств. Політичним партіям та юридичним особам, що ними створюються, забороняється засновувати підприємства, за винятком засобів масової інформації, підприємств, що здійснюють продаж суспільно-політичної літератури, інших пропагандистсько-агітаційних матеріалів, виробів з власною символікою, проведення виставок, лекцій, фестивалів та інших суспільно-політичних заходів. Релігійні організації мають право засновувати видавничі, поліграфічні, виробничі, реставраційно-будівельні, сільськогосподарські та інші підприємства, необхідні для забезпечення діяльності цих організацій.

Дані про кількість підприємств колективної власності наведені у таблиці 4.2.

В минулому на початку розвитку ринкових відносин в економіці України у межах кооперативного руху відбувався розвиток приватного (недержавного) сектора. Фактично тільки незначну частину цих підприємств можна було віднести дійсно до кооперативів. У майбутньому очевидно розвиток кооперативів у вітчизняній економіці відбуватиметься в невеликих межах, як в країнах з розвинутою ринковою економікою.

Споживча кооперація в Україні – система самоврядних організацій громадян (споживчих товариств, їх спілок, об'єднань), а також підприємств та установ цих організацій, яка є самостійною організаційною формою кооперативного руху.

Первинною ланкою споживчої кооперації є **споживче товариство** – самоврядна організація громадян, які на основі добровільності членства, майнової участі та взаємодопомоги об'єднуються для спільної господарської діяльності з метою колективного організованого забезпечення своїх економічних і соціальних інтересів. Кожний член споживчого товариства має свою частку в його майні. Споживче товариство є юридичною особою і діє на основі статуту. Споживчі товариства можуть на добровільних засадах об'єднуватися в спілки, інші форми об'єднання, передбачені законом, єдину спілку споживчих товариств України. Підприємствами споживчої кооперації визнаються унітарні або корпоративні підприємства, утворені споживчим товариством (товариствами) або спілкою (об'єднанням) споживчих товариств з метою здійснення статутних цілей цих товариств, спілок (об'єднань).

Підприємством об'єднання громадян, релігійної організації є унітарне підприємство, засноване на власності об'єднання громадян (громадської організації, політичної партії) або власності релігійної організації для здійснення господарської діяльності з метою виконання їх статутних завдань. Засновником підприємства об'єднання громадян є відповідне об'єднання громадян, що має статус юридичної особи, а також об'єднання (спілка) громадських організацій у разі, якщо його статутом передбачено право заснування підприємств. Політичним партіям та юридичним особам, що ними створюються, забороняється засновувати підприємства, за винятком засобів масової інформації, підприємств, що здійснюють продаж суспільно-політичної літератури, інших пропагандистсько-агітаційних матеріалів, виробів з власною символікою, проведення виставок, лекцій, фестивалів та інших суспільно-політичних заходів. Релігійні організації мають право засновувати видавничі, поліграфічні, виробничі, реставраційно-будівельні, сільськогосподарські та інші підприємства, необхідні для забезпечення діяльності цих організацій.

Дані про кількість підприємств колективної власності наведені у таблиці 4.2.

Таблиця 4.2 – Кількість підприємств колективної власності за даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України [65]

Вид підприємства	на 1.01.2009	на 1.01.2010	на 1.07.2011
кооператив з нього	34324	35063	34533
виробничий	2539	2461	2471
обслуговуючий	21814	22620	21356
споживчий	531	591	685
сільськогосподарський виробничий	1418	1401	21356
сільськогосподарський обслуговуючий	503	759	894
підприємство об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки)	4560	4568	4535
підприємство споживчої кооперації	1234	1291	1338

4.3 Державні та змішані підприємства

Ринкова економіка не вимагає повної ліквідації державної власності. Державний сектор продовжує залишатися одним з невід'ємних сегментів економіки в більшості країн. Він покликаний забезпечувати загальнонаціональні інтереси в тих виробництвах і галузях, де функціонування на приватній основі виявляється неможливим або складним. Державні підприємства часто створюються в низькоприбуткових галузях, які є непривабливими для приватних підприємців, але необхідними для суспільства.

Про доцільність збереження державного сектора свідчить закордонний досвід. Масштаби і структура державного сектора в різних країнах залежить від розвиненості ринкових відносин, історичних і соціальних умов і традицій. Частка державного сектора у Канаді, Англії, Італії – близько 15 %, у США й Німеччині – близько 20 %, у Польщі – 25% [39]. У багатьох розвинутих країнах підконтрольними державі залишаються енергетичний сектор, транспорт та зв'язок. Електроенергетичні компанії перебувають у стовідсотковій державній власності у таких країнах, як Франція, Данія, 55% перебуває в державній власності у Швеції, 51% – в Австрії, 38% – у Норвегії. В деяких розвинутих ринкових країнах державні компанії є лідерами серед великих промислових фірм, зокрема в автомобільній промисловості Франції (Renault) та Німеччини (Volkswagen AG). В США на частку держави припадає 20% капіталу,

Таблиця 4.2 – Кількість підприємств колективної власності за даними Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України [65]

Вид підприємства	на 1.01.2009	на 1.01.2010	на 1.07.2011
кооператив з нього	34324	35063	34533
виробничий	2539	2461	2471
обслуговуючий	21814	22620	21356
споживчий	531	591	685
сільськогосподарський виробничий	1418	1401	21356
сільськогосподарський обслуговуючий	503	759	894
підприємство об'єднання громадян (релігійної організації, профспілки)	4560	4568	4535
підприємство споживчої кооперації	1234	1291	1338

4.3 Державні та змішані підприємства

Ринкова економіка не вимагає повної ліквідації державної власності. Державний сектор продовжує залишатися одним з невід'ємних сегментів економіки в більшості країн. Він покликаний забезпечувати загальнонаціональні інтереси в тих виробництвах і галузях, де функціонування на приватній основі виявляється неможливим або складним. Державні підприємства часто створюються в низькоприбуткових галузях, які є непривабливими для приватних підприємців, але необхідними для суспільства.

Про доцільність збереження державного сектора свідчить закордонний досвід. Масштаби і структура державного сектора в різних країнах залежить від розвиненості ринкових відносин, історичних і соціальних умов і традицій. Частка державного сектора у Канаді, Англії, Італії – близько 15 %, у США й Німеччині – близько 20 %, у Польщі – 25% [39]. У багатьох розвинутих країнах підконтрольними державі залишаються енергетичний сектор, транспорт та зв'язок. Електроенергетичні компанії перебувають у стовідсотковій державній власності у таких країнах, як Франція, Данія, 55% перебуває в державній власності у Швеції, 51% – в Австрії, 38% – у Норвегії. В деяких розвинутих ринкових країнах державні компанії є лідерами серед великих промислових фірм, зокрема в автомобільній промисловості Франції (Renault) та Німеччини (Volkswagen AG). В США на частку держави припадає 20% капіталу,

40% землі, 42% електростанцій, поштове обслуговування, значна кількість станцій телебачення та радіомовлення. Сьогодні в індустріально розвинутих країнах основна кількість робочих місць в економіці виникає у сфері послуг, освіти, науки, охорони здоров'я, соціального забезпечення. Тому значення державного сектора зростає [95, 162].

У ринковій економіці державний сектор представлений:

1) бюджетними (відомчими) організаціями, частка яких у різних країнах з ринковою економікою становить до 2%. Вони не мають господарської самостійності та безпосередньо підпорядковуються міністерствам або органам місцевого самоврядування. Їх не можна вважати самостійними суб'єктами підприємницької діяльності;

2) державним підприємництвом, яке широко представлено у країнах з ринковою економікою в галузях, що мають особливо важливе значення для економіки, або не можуть забезпечити підприємцям достатню норму прибутку та потребують великих капіталовкладень. Вони можуть створюватись у формі акціонерних товариств, всі акції якого належать державі або змішаних товариств з часткою державної власності. Такі акціонерні товариства узгоджують плани своєї діяльності з органами державного управління та контролюються ними. Вони зобов'язані щорічно друкувати звіти про свою діяльність. Держава здійснює контроль за інвестиціями товариств і фінансує їх шляхом надання істотних дотацій, реінвестування дивідендів.

Центральне питання дискусій у країнах зі змішаною економікою – оптимальний обсяг державного сектора. Прихильники ідеї його скорочення, скептично оцінюючи спроможність урядів вирішувати соціальні й економічні проблеми через низку невдач, вимагають обмежити кількість державних підприємств. На думку інших дослідників, державний сектор є замалим. Часто на адресу державного сектора лунають звинувачення в неефективності; але ж державна власність зосереджена переважно в тих галузях, які з різних причин є малорентабельними і навіть збитковими, непривабливими для приватного капіталу. Ця обставина значною мірою пояснює те, що державні підприємства та підприємства із змішаною формою власності менш ефективні, ніж приватні. Країни з розвинутою економікою нагромадили значний досвід практичного розв'язання проблеми ефективності державного підприємництва. Загальною тенденцією стало посилення підприємницької діяльності держави не в чистих, а у змішаних, корпоративних формах державного регулювання через володіння певною часткою капіталу в підприємствах. Корпоративна участь держави у підприємстві завдяки поєднанню державної і приватної власності дає можливість нівелювати вади кожної з них та посилити їхні переваги. Державний капітал, інтегруючись з приватним, набуває більшої гнучкості, мобільності і підконтрольності. Водночас приватний капітал стає менш ризиковим, більш стабільним і прогнозованим [162].

40% землі, 42% електростанцій, поштове обслуговування, значна кількість станцій телебачення та радіомовлення. Сьогодні в індустріально розвинутих країнах основна кількість робочих місць в економіці виникає у сфері послуг, освіти, науки, охорони здоров'я, соціального забезпечення. Тому значення державного сектора зростає [95, 162].

У ринковій економіці державний сектор представлений:

1) бюджетними (відомчими) організаціями, частка яких у різних країнах з ринковою економікою становить до 2%. Вони не мають господарської самостійності та безпосередньо підпорядковуються міністерствам або органам місцевого самоврядування. Їх не можна вважати самостійними суб'єктами підприємницької діяльності;

2) державним підприємництвом, яке широко представлено у країнах з ринковою економікою в галузях, що мають особливо важливе значення для економіки, або не можуть забезпечити підприємцям достатню норму прибутку та потребують великих капіталовкладень. Вони можуть створюватись у формі акціонерних товариств, всі акції якого належать державі або змішаних товариств з часткою державної власності. Такі акціонерні товариства узгоджують плани своєї діяльності з органами державного управління та контролюються ними. Вони зобов'язані щорічно друкувати звіти про свою діяльність. Держава здійснює контроль за інвестиціями товариств і фінансує їх шляхом надання істотних дотацій, реінвестування дивідендів.

Центральне питання дискусій у країнах зі змішаною економікою – оптимальний обсяг державного сектора. Прихильники ідеї його скорочення, скептично оцінюючи спроможність урядів вирішувати соціальні й економічні проблеми через низку невдач, вимагають обмежити кількість державних підприємств. На думку інших дослідників, державний сектор є замалим. Часто на адресу державного сектора лунають звинувачення в неефективності; але ж державна власність зосереджена переважно в тих галузях, які з різних причин є малорентабельними і навіть збитковими, непривабливими для приватного капіталу. Ця обставина значною мірою пояснює те, що державні підприємства та підприємства із змішаною формою власності менш ефективні, ніж приватні. Країни з розвинутою економікою нагромадили значний досвід практичного розв'язання проблеми ефективності державного підприємництва. Загальною тенденцією стало посилення підприємницької діяльності держави не в чистих, а у змішаних, корпоративних формах державного регулювання через володіння певною часткою капіталу в підприємствах. Корпоративна участь держави у підприємстві завдяки поєднанню державної і приватної власності дає можливість нівелювати вади кожної з них та посилити їхні переваги. Державний капітал, інтегруючись з приватним, набуває більшої гнучкості, мобільності і підконтрольності. Водночас приватний капітал стає менш ризиковим, більш стабільним і прогнозованим [162].

Частка держсектору у ВВП України (включно із соціальним сектором) – 37 %, що вище, ніж у більшості розвинених країнах світу [43]. Станом на 01.01.2011 р. зареєстровано: 25,08 тис. юридичних осіб, що діють лише на основі державної власності; 664 господарські організації з корпоративними правами держави; більше 1 млн. об'єктів державного майна [119].

За період реформування економіки України частка державного сектора постійно скорочувалась. Частку державного сектора за видами економічної діяльності наведено у таблиці 4.3

Згідно з Господарським кодексом, суб'єктами господарювання державного та комунального сектора економіки України вважаються суб'єкти, що діють на основі лише державної (комунальної) власності, а також суб'єкти, державна частка у статутному фонді яких перевищує п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цих суб'єктів. До них відносять: державні та комунальні унітарні підприємства, державні акціонерні компанії, господарські товариства з державною часткою у статутному капіталі.

Таблиця 4.3 – Показники питомої ваги державного сектора економіки України за обсягом реалізованої продукції, робіт, послуг в розрізі видів економічної діяльності за 2009 рік [115]

Перелік за видами економічної діяльності	питома вага, %
Усього по економіці, у тому числі:	9,7
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	5,7
Промисловість	12,7
– добувна промисловість	16,7
– переробна промисловість	5,3
– виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	35,6
Будівництво	0,8
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	1,5
Діяльність готелів та ресторанів	4,5
Діяльність транспорту та зв'язку	27,4
Фінансова діяльність	0,1
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	39,6
Освіта	5,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	9,6
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	1,9

Частка держсектору у ВВП України (включно із соціальним сектором) – 37 %, що вище, ніж у більшості розвинених країнах світу [43]. Станом на 01.01.2011 р. зареєстровано: 25,08 тис. юридичних осіб, що діють лише на основі державної власності; 664 господарські організації з корпоративними правами держави; більше 1 млн. об'єктів державного майна [119].

За період реформування економіки України частка державного сектора постійно скорочувалась. Частку державного сектора за видами економічної діяльності наведено у таблиці 4.3

Згідно з Господарським кодексом, суб'єктами господарювання державного та комунального сектора економіки України вважаються суб'єкти, що діють на основі лише державної (комунальної) власності, а також суб'єкти, державна частка у статутному фонді яких перевищує п'ятдесят відсотків чи становить величину, яка забезпечує державі право вирішального впливу на господарську діяльність цих суб'єктів. До них відносять: державні та комунальні унітарні підприємства, державні акціонерні компанії, господарські товариства з державною часткою у статутному капіталі.

Таблиця 4.3 – Показники питомої ваги державного сектора економіки України за обсягом реалізованої продукції, робіт, послуг в розрізі видів економічної діяльності за 2009 рік [115]

Перелік за видами економічної діяльності	питома вага, %
Усього по економіці, у тому числі:	9,7
Сільське господарство, мисливство та лісове господарство	5,7
Промисловість	12,7
– добувна промисловість	16,7
– переробна промисловість	5,3
– виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	35,6
Будівництво	0,8
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	1,5
Діяльність готелів та ресторанів	4,5
Діяльність транспорту та зв'язку	27,4
Фінансова діяльність	0,1
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	39,6
Освіта	5,1
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	9,6
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	1,9

Державне унітарне підприємство утворюється компетентним органом державної влади в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини державної власності, як правило, без поділу її на частки. Орган державної влади, до сфери управління якого входить підприємство, є представником власника і виконує його функції. Керівник підприємства призначається органом, до сфери управління якого воно входить. Найменування державного унітарного підприємства повинно містити слова «державне підприємство».

Державні унітарні підприємства діють як **державні комерційні** підприємства або **казенні** підприємства.

Державне комерційне підприємство є суб'єктом підприємницької діяльності, діє на основі статуту на принципах підприємництва і несе відповідальність за наслідки своєї діяльності усім належним йому на праві господарського відання майном. Державне комерційне підприємство зобов'язане приймати та виконувати доведені до нього державні замовлення, а також складати і виконувати річний фінансовий план. Держава та орган, до сфери управління якого входить державне комерційне підприємство, не несуть відповідальності за його зобов'язаннями. Підприємство обмежене у своїх діях. Воно не має права брати участь у створенні господарських товариств. Серед державних підприємств є величезні об'єкти, наприклад «Укрзалізниця», «Укрпошта», вугледобувні шахти та інші.

Казенне підприємство створюється за рішенням Кабінету Міністрів України. У рішенні про створення казенного підприємства визначаються обсяг і характер основної діяльності підприємства. Орган, до сфери управління якого входить казенне підприємство, затверджує статут підприємства, призначає його керівника, дає дозвіл на здійснення казенним підприємством господарської діяльності, визначає види продукції (робіт, послуг), на виробництво та реалізацію якої поширюється зазначений дозвіл. Фінансування діяльності підприємства здійснюється за рахунок бюджетних коштів, відповідальність за зобов'язаннями підприємства несе держава. Порядок розподілу та використання прибутку казенного підприємства визначається фінансовим планом. Найменування казенного підприємства повинно містити слова «казенне підприємство». Казенні підприємства створюються у галузях національної економіки, в яких:

- законом дозволено здійснення господарської діяльності лише державним підприємствам;
- основним (понад 50 %) споживачем продукції (робіт, послуг) виступає держава;
- за умовами господарювання не можлива вільна конкуренція товаровиробників чи споживачів;
- переважаючим (понад 50 %) є виробництво суспільно необхідної продукції (робіт, послуг), яке за своїми умовами і характером потреб, що ним задовольняються, як правило, не може бути рентабельним;

Державне унітарне підприємство утворюється компетентним органом державної влади в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини державної власності, як правило, без поділу її на частки. Орган державної влади, до сфери управління якого входить підприємство, є представником власника і виконує його функції. Керівник підприємства призначається органом, до сфери управління якого воно входить. Найменування державного унітарного підприємства повинно містити слова «державне підприємство».

Державні унітарні підприємства діють як **державні комерційні** підприємства або **казенні** підприємства.

Державне комерційне підприємство є суб'єктом підприємницької діяльності, діє на основі статуту на принципах підприємництва і несе відповідальність за наслідки своєї діяльності усім належним йому на праві господарського відання майном. Державне комерційне підприємство зобов'язане приймати та виконувати доведені до нього державні замовлення, а також складати і виконувати річний фінансовий план. Держава та орган, до сфери управління якого входить державне комерційне підприємство, не несуть відповідальності за його зобов'язаннями. Підприємство обмежене у своїх діях. Воно не має права брати участь у створенні господарських товариств. Серед державних підприємств є величезні об'єкти, наприклад «Укрзалізниця», «Укрпошта», вугледобувні шахти та інші.

Казенне підприємство створюється за рішенням Кабінету Міністрів України. У рішенні про створення казенного підприємства визначаються обсяг і характер основної діяльності підприємства. Орган, до сфери управління якого входить казенне підприємство, затверджує статут підприємства, призначає його керівника, дає дозвіл на здійснення казенним підприємством господарської діяльності, визначає види продукції (робіт, послуг), на виробництво та реалізацію якої поширюється зазначений дозвіл. Фінансування діяльності підприємства здійснюється за рахунок бюджетних коштів, відповідальність за зобов'язаннями підприємства несе держава. Порядок розподілу та використання прибутку казенного підприємства визначається фінансовим планом. Найменування казенного підприємства повинно містити слова «казенне підприємство». Казенні підприємства створюються у галузях національної економіки, в яких:

- законом дозволено здійснення господарської діяльності лише державним підприємствам;
- основним (понад 50 %) споживачем продукції (робіт, послуг) виступає держава;
- за умовами господарювання не можлива вільна конкуренція товаровиробників чи споживачів;
- переважаючим (понад 50 %) є виробництво суспільно необхідної продукції (робіт, послуг), яке за своїми умовами і характером потреб, що ним задовольняються, як правило, не може бути рентабельним;

– приватизацію майнових комплексів державних підприємств заборонено законом.

Основну частину казенних підприємств становлять спеціалізовані науково-дослідні та конструкторські організації, протезно-ортопедичні підприємства, геологічні підприємства.

В Україні також діють державні підприємства корпоративного типу. До цієї категорії державних підприємств відносяться **державні акціонерні товариства**, 100% акцій яких перебуває у державній власності. Державні холдингові та акціонерні компанії, в основному, створювалися на базі галузевих вертикально інтегрованих структур шляхом передачі до їх статутних фондів контрольних пакетів акцій господарських товариств. Компанії виконують функції управління державними корпоративними правами, що передані до їх статутних фондів, та одночасно виступають активними господарюючими суб'єктами на ринку. За номінальною вартістю корпоративні права держави у державних холдингових і акціонерних компаніях становлять 60% вартості всіх корпоративних прав, що належать державі.

Комунальне унітарне підприємство утворюється компетентним органом місцевого самоврядування в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини комунальної власності. Орган, до сфери управління якого входить комунальне унітарне підприємство, є представником власника – відповідної територіальної громади. Збитки, завдані комунальному унітарному підприємству внаслідок виконання рішень органів державної влади чи органів місцевого самоврядування, підлягають відшкодуванню зазначеними органами. Найменування комунального унітарного підприємства повинно містити слова «комунальне підприємство» та вказівку на орган місцевого самоврядування, до сфери управління якого входить дане підприємство.

На змішаних підприємства, в яких держава володіє частиною майна (акцій), управління пакетом акцій, що залишились у державній власності, здійснює Державне агентство України з управління державними корпоративними правами та майном. Пакет акцій понад 50% забезпечує повний контроль держави, і тому такі господарські товариства віднесені до державних об'єктів. Корпоративні права менше 50% статутного капіталу не гарантують необхідного реального впливу держави на діяльність об'єктів. Ця частина корпоративних прав держави складається з пакетів акцій розміром 25% + 1 акція, які залишені у державній власності при приватизації підприємств агропромислового комплексу, а також залишки акцій від приватизації об'єктів – дрібні пакети акцій, більшість з яких не приваблюють інвесторів. Участь у виконавчих органах управління господарського товариства державні органи реалізують через призначення на конкурсних засадах керівників (голова управління, директор) господарських товариств [119, 116].

– приватизацію майнових комплексів державних підприємств заборонено законом.

Основну частину казенних підприємств становлять спеціалізовані науково-дослідні та конструкторські організації, протезно-ортопедичні підприємства, геологічні підприємства.

В Україні також діють державні підприємства корпоративного типу. До цієї категорії державних підприємств відносяться **державні акціонерні товариства**, 100% акцій яких перебуває у державній власності. Державні холдингові та акціонерні компанії, в основному, створювалися на базі галузевих вертикально інтегрованих структур шляхом передачі до їх статутних фондів контрольних пакетів акцій господарських товариств. Компанії виконують функції управління державними корпоративними правами, що передані до їх статутних фондів, та одночасно виступають активними господарюючими суб'єктами на ринку. За номінальною вартістю корпоративні права держави у державних холдингових і акціонерних компаніях становлять 60% вартості всіх корпоративних прав, що належать державі.

Комунальне унітарне підприємство утворюється компетентним органом місцевого самоврядування в розпорядчому порядку на базі відокремленої частини комунальної власності. Орган, до сфери управління якого входить комунальне унітарне підприємство, є представником власника – відповідної територіальної громади. Збитки, завдані комунальному унітарному підприємству внаслідок виконання рішень органів державної влади чи органів місцевого самоврядування, підлягають відшкодуванню зазначеними органами. Найменування комунального унітарного підприємства повинно містити слова «комунальне підприємство» та вказівку на орган місцевого самоврядування, до сфери управління якого входить дане підприємство.

На змішаних підприємства, в яких держава володіє частиною майна (акцій), управління пакетом акцій, що залишились у державній власності, здійснює Державне агентство України з управління державними корпоративними правами та майном. Пакет акцій понад 50% забезпечує повний контроль держави, і тому такі господарські товариства віднесені до державних об'єктів. Корпоративні права менше 50% статутного капіталу не гарантують необхідного реального впливу держави на діяльність об'єктів. Ця частина корпоративних прав держави складається з пакетів акцій розміром 25% + 1 акція, які залишені у державній власності при приватизації підприємств агропромислового комплексу, а також залишки акцій від приватизації об'єктів – дрібні пакети акцій, більшість з яких не приваблюють інвесторів. Участь у виконавчих органах управління господарського товариства державні органи реалізують через призначення на конкурсних засадах керівників (голова управління, директор) господарських товариств [119, 116].

Таблиця 4.4 – Участь держави в роботі органів управління господарського товариства [119]

Розмір корпоративних прав	Функції відповідальних представників
Понад 10%	Участь у загальних зборах акціонерів
Понад 25%	Обов'язково входять до складу Наглядової ради та Ревізійної комісії
Понад 50%	Представник уповноваженого органу обирається головою наглядової ради; до складу ревізійної комісії, крім представника уповноваженого органу, включається представник Головного контрольно-ревізійного управління України або Державної податкової адміністрації України; уповноважений орган призначає керівника господарського товариства
100%	Функції та повноваження загальних зборів акціонерів виконує уповноважений орган

На 1 січня 2011 року [119] в Реєстрі корпоративних прав держави обліковувалось 664 господарських товариства, у статутному капіталі яких є державна частка. Держава мала корпоративні права у 560 відкритих та закритих акціонерних товариствах, 75 товариствах з обмеженою відповідальністю та 29 національних акціонерних і державних холдингових компаніях (НАК і ДХК), створених спеціальними рішеннями Президента України та Уряду України. З них: 43,7% загальної кількості товариств мали у статутному капіталі державну частку понад 50%, яка надає державі право контролю за їх діяльністю, з них 22,7% мали державну частку 100%; 26,5% мали державну частку в статутному капіталі розміром від 25 до 50% (блокуючий пакет); 29,8% мали державну частку в статутному капіталі менше 25%. Крім того, з них: 57 господарських товариств (8,6% загальної кількості) мали стратегічне значення для економіки та безпеки держави, з них – 45 контрольних.

До державного сектора України входять також бюджетні організації, що функціонують в основному за рахунок коштів державного бюджету (органи державного управління та ін.).

За даними Державного комітету статистики України суб'єкти господарювання державного сектора економіки розподілялись за типами об'єктів таким чином (таблиця 4.5).

Таблиця 4.4 – Участь держави в роботі органів управління господарського товариства [119]

Розмір корпоративних прав	Функції відповідальних представників
Понад 10%	Участь у загальних зборах акціонерів
Понад 25%	Обов'язково входять до складу Наглядової ради та Ревізійної комісії
Понад 50%	Представник уповноваженого органу обирається головою наглядової ради; до складу ревізійної комісії, крім представника уповноваженого органу, включається представник Головного контрольно-ревізійного управління України або Державної податкової адміністрації України; уповноважений орган призначає керівника господарського товариства
100%	Функції та повноваження загальних зборів акціонерів виконує уповноважений орган

На 1 січня 2011 року [119] в Реєстрі корпоративних прав держави обліковувалось 664 господарських товариства, у статутному капіталі яких є державна частка. Держава мала корпоративні права у 560 відкритих та закритих акціонерних товариствах, 75 товариствах з обмеженою відповідальністю та 29 національних акціонерних і державних холдингових компаніях (НАК і ДХК), створених спеціальними рішеннями Президента України та Уряду України. З них: 43,7% загальної кількості товариств мали у статутному капіталі державну частку понад 50%, яка надає державі право контролю за їх діяльністю, з них 22,7% мали державну частку 100%; 26,5% мали державну частку в статутному капіталі розміром від 25 до 50% (блокуючий пакет); 29,8% мали державну частку в статутному капіталі менше 25%. Крім того, з них: 57 господарських товариств (8,6% загальної кількості) мали стратегічне значення для економіки та безпеки держави, з них – 45 контрольних.

До державного сектора України входять також бюджетні організації, що функціонують в основному за рахунок коштів державного бюджету (органи державного управління та ін.).

За даними Державного комітету статистики України суб'єкти господарювання державного сектора економіки розподілялись за типами об'єктів таким чином (таблиця 4.5).

Таблиця 4.5 – Розподіл суб'єктів господарювання державного сектора економіки

Суб'єкт господарювання	На 1.01.2009 р	На 1.01.2010 р	На 1.07.2011 р
Державне підприємство	6975	6811	6588
Казенне підприємство	44	44	43
Комунальне підприємство	16336	15994	15764
Державна організація (установа, заклад)	16035	15786	16200
Комунальна організація (установа, заклад)	61450	65308	66511

Як переконує досвід країн з перехідною економікою, не стільки форма власності, скільки характер управління підприємствами та наявність конкурентного середовища визначають рівень їх економічної ефективності і темпи зростання виробництва. Цікавим з цього приводу вбачається досвід Китаю, який чітко показує, що конкуренція важливіша для успішного економічного розвитку, ніж зміна форм власності. Китай розширив сферу конкуренції без приватизації державних підприємств, створюючи нові приватні виробництва.

Проблема удосконалення системи управління об'єктів державної власності є надзвичайно актуальною для України. Держава продовжує виступати власником значної частини економічних активів і здійснює масштабну комерційну діяльність. Проте існуюча система управління не забезпечує ефективного функціонування державного сектора. Державний сектор значно поступається приватному сектору за рівнем ефективності господарської діяльності. Багатьом об'єктам державного сектора на сучасному етапі розвитку властиві низька продуктивність праці та рентабельність, незадовільний стан інвестиційних процесів; багато напрямів господарської діяльності держави збиткові. В державному секторі одержали розповсюдження тіньові процеси – неконтрольоване відчуження державного майна та привласнення прибутків [122].

Державне підприємництво включає в себе механізм націоналізації та денационалізації підприємств, порядок створення державою власних підприємств, планування і управління різними формами державних підприємств та ін. Процес розвитку державного сектора (державних підприємств) називається **націоналізацією**. Зворотний процес – скорочення державного сектора – називається **приватизацією** (роздержавленням). Переваги націоналізації (з досвіду розвинутих ринкових країн) такі [158]:

– забезпечення великих масштабів виробництва. Наприклад, енергетика ефективно діє тільки при великих масштабах виробництва, що можливо за допомогою держави;

Таблиця 4.5 – Розподіл суб'єктів господарювання державного сектора економіки

Суб'єкт господарювання	На 1.01.2009 р	На 1.01.2010 р	На 1.07.2011 р
Державне підприємство	6975	6811	6588
Казенне підприємство	44	44	43
Комунальне підприємство	16336	15994	15764
Державна організація (установа, заклад)	16035	15786	16200
Комунальна організація (установа, заклад)	61450	65308	66511

Як переконує досвід країн з перехідною економікою, не стільки форма власності, скільки характер управління підприємствами та наявність конкурентного середовища визначають рівень їх економічної ефективності і темпи зростання виробництва. Цікавим з цього приводу вбачається досвід Китаю, який чітко показує, що конкуренція важливіша для успішного економічного розвитку, ніж зміна форм власності. Китай розширив сферу конкуренції без приватизації державних підприємств, створюючи нові приватні виробництва.

Проблема удосконалення системи управління об'єктів державної власності є надзвичайно актуальною для України. Держава продовжує виступати власником значної частини економічних активів і здійснює масштабну комерційну діяльність. Проте існуюча система управління не забезпечує ефективного функціонування державного сектора. Державний сектор значно поступається приватному сектору за рівнем ефективності господарської діяльності. Багатьом об'єктам державного сектора на сучасному етапі розвитку властиві низька продуктивність праці та рентабельність, незадовільний стан інвестиційних процесів; багато напрямів господарської діяльності держави збиткові. В державному секторі одержали розповсюдження тіньові процеси – неконтрольоване відчуження державного майна та привласнення прибутків [122].

Державне підприємництво включає в себе механізм націоналізації та денационалізації підприємств, порядок створення державою власних підприємств, планування і управління різними формами державних підприємств та ін. Процес розвитку державного сектора (державних підприємств) називається **націоналізацією**. Зворотний процес – скорочення державного сектора – називається **приватизацією** (роздержавленням). Переваги націоналізації (з досвіду розвинутих ринкових країн) такі [158]:

– забезпечення великих масштабів виробництва. Наприклад, енергетика ефективно діє тільки при великих масштабах виробництва, що можливо за допомогою держави;

– можливість великих капіталовкладень. Так, аерокосмічна промисловість, що потребує великих інвестицій, фінансується державою;

– контроль за монополіями, завдяки якому держава має вплив на зміну цін на товари для інвалідів, дітей, людей похилого віку, тарифів на комунальні послуги;

– субсидування збиткових галузей. Наприклад, залізничні пасажирські перевезення, особливо у віддалені райони, як правило, збиткові та в усіх країнах підтримуються за рахунок держави;

– контроль за галузями, що забезпечують оборону країни,
– зниження витрат на конкуренцію для державних підприємств-монополістів.

Негативні наслідки націоналізації:

– націоналізовані галузі є монополістами, на них не має впливу конкуренція. Вони стають бюрократичними, не реагують на потреби споживачів;

– немає рушійного мотиву отримання прибутку;

– політичний вплив на прийняття підприємницьких рішень.

У світовій практиці приватизація розглядається як ефективний інструмент підвищення рівня ефективності функціонування підприємств, а також як джерело додаткових коштів до державного бюджету з метою наступного їх використання для вирішення соціальних питань та реформування виробничого потенціалу держави.

Відповідно до законодавства України, приватизація – це відчуження майна, що перебуває у державній власності, на користь фізичних та юридичних осіб, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва та залучення коштів на структурну перебудову економіки України.

Приватизація регулюється законами «Про приватизацію майна державних підприємств»; «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)»; Державними програмами приватизації.

Процес приватизації був розпочатий в Україні в 1992 році і мав на меті в стислі строки забезпечити стратегічні позиції приватної власності в економіці. Значну частину підприємств приватизовано, але приватизація затягнулась на тривалий період. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», розроблена Комітетом з економічних реформ при Президенті України, поставила завдання завершити до 2014 року приватизацію як широкомасштабний соціально-економічний проект та досягти частки державного сектору в українській економіці менше ніж 25-30% ВВП.

Суб'єктами приватизації є:

– державні органи приватизації – Фонд державного майна України, його регіональні відділення та представництва у районах і містах;

– можливість великих капіталовкладень. Так, аерокосмічна промисловість, що потребує великих інвестицій, фінансується державою;

– контроль за монополіями, завдяки якому держава має вплив на зміну цін на товари для інвалідів, дітей, людей похилого віку, тарифів на комунальні послуги;

– субсидування збиткових галузей. Наприклад, залізничні пасажирські перевезення, особливо у віддалені райони, як правило, збиткові та в усіх країнах підтримуються за рахунок держави;

– контроль за галузями, що забезпечують оборону країни,
– зниження витрат на конкуренцію для державних підприємств-монополістів.

Негативні наслідки націоналізації:

– націоналізовані галузі є монополістами, на них не має впливу конкуренція. Вони стають бюрократичними, не реагують на потреби споживачів;

– немає рушійного мотиву отримання прибутку;

– політичний вплив на прийняття підприємницьких рішень.

У світовій практиці приватизація розглядається як ефективний інструмент підвищення рівня ефективності функціонування підприємств, а також як джерело додаткових коштів до державного бюджету з метою наступного їх використання для вирішення соціальних питань та реформування виробничого потенціалу держави.

Відповідно до законодавства України, приватизація – це відчуження майна, що перебуває у державній власності, на користь фізичних та юридичних осіб, з метою підвищення соціально-економічної ефективності виробництва та залучення коштів на структурну перебудову економіки України.

Приватизація регулюється законами «Про приватизацію майна державних підприємств»; «Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію)»; Державними програмами приватизації.

Процес приватизації був розпочатий в Україні в 1992 році і мав на меті в стислі строки забезпечити стратегічні позиції приватної власності в економіці. Значну частину підприємств приватизовано, але приватизація затягнулась на тривалий період. Програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», розроблена Комітетом з економічних реформ при Президенті України, поставила завдання завершити до 2014 року приватизацію як широкомасштабний соціально-економічний проект та досягти частки державного сектору в українській економіці менше ніж 25-30% ВВП.

Суб'єктами приватизації є:

– державні органи приватизації – Фонд державного майна України, його регіональні відділення та представництва у районах і містах;

- покупці (їх представники);
- посередники.

Покупцями об'єктів приватизації можуть бути:

- громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства;
- юридичні особи, зареєстровані на території України;
- юридичні особи інших держав.

Не можуть бути покупцями:

- юридичні особи, у майні яких частка державної власності перевищує 25 відсотків;
- органи державної влади;
- працівники державних органів приватизації.

Державні органи приватизації здійснюють приватизацію об'єктів, які є в комунальній власності, якщо органами місцевого самоврядування були делеговані державним органам приватизації відповідні повноваження.

З метою розвитку ринку цінних паперів та подальшого його обслуговування, зниження ризику покупців при розміщенні вкладів в об'єкти приватизації створюються довірчі товариства, інвестиційні фонди та інвестиційні компанії, інші фінансові посередники.

До **об'єктів** державної власності, що підлягають приватизації, належать:

- майно підприємств, цехів, виробництв, дільниць, інших підрозділів, які є єдиними (цілісними) майновими комплексами, якщо в разі їх виділення у самостійні підприємства не порушується технологічна єдність виробництва з основної спеціалізації підприємства, зі структури якого вони виділяються;
- об'єкти незавершеного будівництва та законсервовані об'єкти;
- акції (частки, паї), що належать державі у майні господарських товариств та інших об'єднань.

Приватизації не підлягають об'єкти, що мають загальнодержавне значення, а також казенні підприємства. Загальнодержавне значення мають:

- об'єкти, які забезпечують виконання державою своїх функцій, забезпечують обороноздатність держави, її економічну незалежність, та об'єкти права власності Українського народу, майно, що становить матеріальну основу суверенітету України, зокрема: майно органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, майно Збройних Сил, Служби безпеки України, правоохоронних і митних органів; надра, корисні копалини загальнодержавного значення, водні ресурси та інші природні ресурси, які є об'єктами права власності українського народу; золотий і валютний фонди та запаси, державні матеріальні резерви; майнові комплекси підприємств і установ, що забезпечують випуск та зберігання грошових знаків і цінних паперів; радіотелевізійні передавальні центри;

- покупці (їх представники);
- посередники.

Покупцями об'єктів приватизації можуть бути:

- громадяни України, іноземні громадяни, особи без громадянства;
- юридичні особи, зареєстровані на території України;
- юридичні особи інших держав.

Не можуть бути покупцями:

- юридичні особи, у майні яких частка державної власності перевищує 25 відсотків;
- органи державної влади;
- працівники державних органів приватизації.

Державні органи приватизації здійснюють приватизацію об'єктів, які є в комунальній власності, якщо органами місцевого самоврядування були делеговані державним органам приватизації відповідні повноваження.

З метою розвитку ринку цінних паперів та подальшого його обслуговування, зниження ризику покупців при розміщенні вкладів в об'єкти приватизації створюються довірчі товариства, інвестиційні фонди та інвестиційні компанії, інші фінансові посередники.

До **об'єктів** державної власності, що підлягають приватизації, належать:

- майно підприємств, цехів, виробництв, дільниць, інших підрозділів, які є єдиними (цілісними) майновими комплексами, якщо в разі їх виділення у самостійні підприємства не порушується технологічна єдність виробництва з основної спеціалізації підприємства, зі структури якого вони виділяються;
- об'єкти незавершеного будівництва та законсервовані об'єкти;
- акції (частки, паї), що належать державі у майні господарських товариств та інших об'єднань.

Приватизації не підлягають об'єкти, що мають загальнодержавне значення, а також казенні підприємства. Загальнодержавне значення мають:

- об'єкти, які забезпечують виконання державою своїх функцій, забезпечують обороноздатність держави, її економічну незалежність, та об'єкти права власності Українського народу, майно, що становить матеріальну основу суверенітету України, зокрема: майно органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, майно Збройних Сил, Служби безпеки України, правоохоронних і митних органів; надра, корисні копалини загальнодержавного значення, водні ресурси та інші природні ресурси, які є об'єктами права власності українського народу; золотий і валютний фонди та запаси, державні матеріальні резерви; майнові комплекси підприємств і установ, що забезпечують випуск та зберігання грошових знаків і цінних паперів; радіотелевізійні передавальні центри;

– об'єкти, діяльність яких забезпечує соціальний розвиток, збереження та підвищення культурного, наукового потенціалу, духовних цінностей, зокрема: об'єкти Національного космічного агентства. України; архіви; об'єкти культури, мистецтва, архітектури, меморіальні комплекси, заповідники, парки тощо загальнонаціонального значення; об'єкти освіти, фізичної культури, спорту і науки, що фінансуються з державного бюджету;

– об'єкти, контроль за діяльністю яких з боку держави гарантує захист громадян від наслідків впливу неконтрольованого виготовлення, використання або реалізації небезпечної продукції, послуг або небезпечних виробництв, зокрема: майнові комплекси підприємств по виготовленню та ремонту всіх видів зброї, яка є на озброєнні Збройних Сил України, майнові комплекси підприємств по випуску наркотичних, бактеріологічних, біологічних, психотропних, сильнодіючих хімічних та отруйних засобів (крім аптек);

– об'єкти, які забезпечують життєдіяльність держави в цілому, зокрема: структурні підрозділи майнових комплексів, що забезпечують постійне розміщення і зберігання державних резервів і мобілізаційних запасів; пенітенціарні заклади; майнові комплекси підприємств геологічної, картографічної, гідрометеорологічної служб, служби контролю за станом навколишнього природного середовища; об'єкти державних систем стандартизації, метрології та сертифікації продукції.

З метою раціонального та ефективного застосування способів приватизації здійснюється класифікація об'єктів приватизації. Всі об'єкти приватизації розподілено на групи А, В, Г, Д, Е і Ж.

До складу групи А входять цілісні майнові комплекси підприємств із середньообліковою чисельністю працюючих до 100 осіб або понад 100 осіб, але вартість основних фондів яких недостатня для формування статутних капіталів публічних(відкритих)акціонерних товариств (ПАТ), а також готелі, об'єкти санаторно-курортних закладів та будинки відпочинку; окреме індивідуально визначене майно (будівлі, споруди та нежилі приміщення, майно підприємств, ліквідованих за рішенням господарського суду).

Група В – цілісні майнові комплекси підприємств з середньообліковою чисельністю працюючих понад 100 осіб та вартістю основних фондів яких достатня для формування статутних капіталів ПАТ; акції ПАТ, випуск яких зареєстрований або продаж акцій яких розпочався (крім підприємств групи Г).

Група Г – цілісні майнові комплекси підприємств або пакети акцій ВАТ, що на момент прийняття рішення про приватизацію займають монопольне (домінуюче) становище на загальнодержавному ринку відповідних товарів і послуг або мають стратегічне значення для економіки та безпеки держави.

Група Д – об'єкти незавершеного будівництва, законсервовані об'єкти.

– об'єкти, діяльність яких забезпечує соціальний розвиток, збереження та підвищення культурного, наукового потенціалу, духовних цінностей, зокрема: об'єкти Національного космічного агентства. України; архіви; об'єкти культури, мистецтва, архітектури, меморіальні комплекси, заповідники, парки тощо загальнонаціонального значення; об'єкти освіти, фізичної культури, спорту і науки, що фінансуються з державного бюджету;

– об'єкти, контроль за діяльністю яких з боку держави гарантує захист громадян від наслідків впливу неконтрольованого виготовлення, використання або реалізації небезпечної продукції, послуг або небезпечних виробництв, зокрема: майнові комплекси підприємств по виготовленню та ремонту всіх видів зброї, яка є на озброєнні Збройних Сил України, майнові комплекси підприємств по випуску наркотичних, бактеріологічних, біологічних, психотропних, сильнодіючих хімічних та отруйних засобів (крім аптек);

– об'єкти, які забезпечують життєдіяльність держави в цілому, зокрема: структурні підрозділи майнових комплексів, що забезпечують постійне розміщення і зберігання державних резервів і мобілізаційних запасів; пенітенціарні заклади; майнові комплекси підприємств геологічної, картографічної, гідрометеорологічної служб, служби контролю за станом навколишнього природного середовища; об'єкти державних систем стандартизації, метрології та сертифікації продукції.

З метою раціонального та ефективного застосування способів приватизації здійснюється класифікація об'єктів приватизації. Всі об'єкти приватизації розподілено на групи А, В, Г, Д, Е і Ж.

До складу групи А входять цілісні майнові комплекси підприємств із середньообліковою чисельністю працюючих до 100 осіб або понад 100 осіб, але вартість основних фондів яких недостатня для формування статутних капіталів публічних(відкритих)акціонерних товариств (ПАТ), а також готелі, об'єкти санаторно-курортних закладів та будинки відпочинку; окреме індивідуально визначене майно (будівлі, споруди та нежилі приміщення, майно підприємств, ліквідованих за рішенням господарського суду).

Група В – цілісні майнові комплекси підприємств з середньообліковою чисельністю працюючих понад 100 осіб та вартістю основних фондів яких достатня для формування статутних капіталів ПАТ; акції ПАТ, випуск яких зареєстрований або продаж акцій яких розпочався (крім підприємств групи Г).

Група Г – цілісні майнові комплекси підприємств або пакети акцій ВАТ, що на момент прийняття рішення про приватизацію займають монопольне (домінуюче) становище на загальнодержавному ринку відповідних товарів і послуг або мають стратегічне значення для економіки та безпеки держави.

Група Д – об'єкти незавершеного будівництва, законсервовані об'єкти.

Група Е – акції (частки, паї), що належать державі у статутних капіталах господарських товариств (у тому числі підприємств з іноземними інвестиціями), розташованих на території України або за кордоном.

Група Ж – незалежно від вартості об'єкти охорони здоров'я, освіти, культури, мистецтва та преси, фізичної культури і спорту, телебачення та радіомовлення, видавничої справи, об'єкти соціально-побутового призначення, що перебувають на балансі підприємств.

Цілісний майновий комплекс – об'єкт, сукупність активів якого забезпечує провадження окремої господарської діяльності на постійній і регулярній основі. Цілісними майновими комплексами можуть бути структурні підрозділи підприємств (цехи, виробництва, дільниці тощо), які виділяються в установленому порядку в самостійні об'єкти з подальшим складанням розподільного балансу і можуть бути зареєстровані як самостійні підприємства. **Індивідуально визначене майно** – інвентарні об'єкти або групи інвентарних об'єктів та інше майно, що може реалізуватися як окремий самостійний об'єкт.

Оцінка вартості майна під час приватизації проводиться відповідно до Методики оцінки майна, затвердженої постановою Кабінету Міністрів [22].

Законами визначені **способи приватизації**. Приватизація державного майна здійснюється шляхом:

- продажу майна державного підприємства на аукціоні, за конкурсом;
- продажу акцій (часток, паїв), що належать державі у господарських товариствах, на аукціоні, за конкурсом, на фондових біржах та іншими способами, що передбачають загальнодоступність та конкуренцію покупців;
- викупу майна державного підприємства (трудовими колективами, орендарем, товариством покупців або фізичною особою). Випук не передбачає конкуренції покупців і полягає у прямій передачі права власності на основі попередньо установленої ціни.

Неконкурентні способи продажу майна державних підприємств застосовуються щодо об'єктів, не проданих на аукціоні, за конкурсом. Продаж об'єктів приватизації на аукціоні, за конкурсом здійснюється за наявності не менше двох покупців.

Аукціон проводить ведучий (ліцитатор). Він описує об'єкт та умови його продажу. Початком торгів вважається момент оголошення початкової ціни. Учасники піднімають білети з номерами та називають свою ціну (або ціну називає ліцитатор). Якщо протягом трьох хвилин після оголошення не буде запропонована більш висока ціна, ліцитатор одночасно з ударом молотка оголошує про придбання об'єкта особою, що запропонувала найвищу ціну. Якщо не виявилось покупців, ліцитатор має право знизити ціну до 30 %. Якщо після зниження ціни об'єкт не вдається продати, торги припиняються.

Група Е – акції (частки, паї), що належать державі у статутних капіталах господарських товариств (у тому числі підприємств з іноземними інвестиціями), розташованих на території України або за кордоном.

Група Ж – незалежно від вартості об'єкти охорони здоров'я, освіти, культури, мистецтва та преси, фізичної культури і спорту, телебачення та радіомовлення, видавничої справи, об'єкти соціально-побутового призначення, що перебувають на балансі підприємств.

Цілісний майновий комплекс – об'єкт, сукупність активів якого забезпечує провадження окремої господарської діяльності на постійній і регулярній основі. Цілісними майновими комплексами можуть бути структурні підрозділи підприємств (цехи, виробництва, дільниці тощо), які виділяються в установленому порядку в самостійні об'єкти з подальшим складанням розподільного балансу і можуть бути зареєстровані як самостійні підприємства. **Індивідуально визначене майно** – інвентарні об'єкти або групи інвентарних об'єктів та інше майно, що може реалізуватися як окремий самостійний об'єкт.

Оцінка вартості майна під час приватизації проводиться відповідно до Методики оцінки майна, затвердженої постановою Кабінету Міністрів [22].

Законами визначені **способи приватизації**. Приватизація державного майна здійснюється шляхом:

- продажу майна державного підприємства на аукціоні, за конкурсом;
- продажу акцій (часток, паїв), що належать державі у господарських товариствах, на аукціоні, за конкурсом, на фондових біржах та іншими способами, що передбачають загальнодоступність та конкуренцію покупців;
- викупу майна державного підприємства (трудовими колективами, орендарем, товариством покупців або фізичною особою). Випук не передбачає конкуренції покупців і полягає у прямій передачі права власності на основі попередньо установленої ціни.

Неконкурентні способи продажу майна державних підприємств застосовуються щодо об'єктів, не проданих на аукціоні, за конкурсом. Продаж об'єктів приватизації на аукціоні, за конкурсом здійснюється за наявності не менше двох покупців.

Аукціон проводить ведучий (ліцитатор). Він описує об'єкт та умови його продажу. Початком торгів вважається момент оголошення початкової ціни. Учасники піднімають білети з номерами та називають свою ціну (або ціну називає ліцитатор). Якщо протягом трьох хвилин після оголошення не буде запропонована більш висока ціна, ліцитатор одночасно з ударом молотка оголошує про придбання об'єкта особою, що запропонувала найвищу ціну. Якщо не виявилось покупців, ліцитатор має право знизити ціну до 30 %. Якщо після зниження ціни об'єкт не вдається продати, торги припиняються.

При проведенні **конкурсу** відбір покупців здійснює конкурсна комісія, яка включає фахівців, експертів, представників органів влади. Вона створюється органом приватизації у кількості від 5 до 9 чоловік. Комісія визначає умови конкурсу: початкову ціну, вимоги щодо захисту навколишнього середовища, збереження спеціалізації (профілю) підприємства та ін. Для участі у конкурсі покупець подає у комісію заяву, відомості про покупця, ціну, план подальшої експлуатації об'єкта. Конкурсна комісія розглядає заяви і визначає склад учасників конкурсу. Конкурс здійснюється у два етапи. На першому етапі оголошується попередній переможець конкурсу, а інформація про його пропозиції доводиться до всіх учасників. Якщо протягом 5 днів від них не надійшло додаткових пропозицій, переможець оголошується остаточним. За наявності інших пропозицій проводиться додаткове засідання комісії з визначення переможця. Засідання комісії є закритими, рішення приймаються 2/3 голосів. Ціна продажу визначається у ході конкурсу, але не може бути нижчою 70% початкової. Продаж за **некомерційним** конкурсом полягає у передачі права власності покупцю, який запропонував найкращі умови подальшої експлуатації об'єкта. Продаж за **комерційним** конкурсом полягає у передачі права власності покупцю, який запропонував найвищу ціну.

Після визначення покупця укладається договір купівлі-продажу, після сплати – акт передачі майна. Далі проводиться реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності.

Фонд державного майна здійснює приватизацію державного майна на засадах індивідуальної приватизації. Індивідуальна приватизація полягає у вивченні попиту на конкретний об'єкт приватизації, врахуванні кон'юнктури ринку, на основі цього – визначенні способу продажу, який максимально враховує особливості виробничо-технічного та фінансово-майнового стану кожного підприємства, що підлягає приватизації.

Державною програмою приватизації на 2010-2014 роки передбачається забезпечення високих темпів приватизації державних об'єктів груп А, В, Д, Е та Ж, на які не встановлена заборона на приватизацію і які є надлишковими для виконання державою своїх функцій, збитковими та малорентабельними та застосування індивідуальних засад при приватизації стратегічних підприємств, підприємств з ознаками домінування на загальнодержавному ринку товарів (робіт, послуг) та таких, що потребують спеціального підходу в силу того, що використовують при виробництві унікальні ресурси та нематеріальні активи (група Г).

Програмою економічних реформ України на 2010–2014 років передбачається послідовне скорочення обсягів комерційної діяльності держави за рахунок приватизації, партнерства з недержавними інвесторами, передачі в оренду або концесію державного майна, завершення створення системи моніторингу та оцінки ефективності управління об'єктами державної власності.

При проведенні **конкурсу** відбір покупців здійснює конкурсна комісія, яка включає фахівців, експертів, представників органів влади. Вона створюється органом приватизації у кількості від 5 до 9 чоловік. Комісія визначає умови конкурсу: початкову ціну, вимоги щодо захисту навколишнього середовища, збереження спеціалізації (профілю) підприємства та ін. Для участі у конкурсі покупець подає у комісію заяву, відомості про покупця, ціну, план подальшої експлуатації об'єкта. Конкурсна комісія розглядає заяви і визначає склад учасників конкурсу. Конкурс здійснюється у два етапи. На першому етапі оголошується попередній переможець конкурсу, а інформація про його пропозиції доводиться до всіх учасників. Якщо протягом 5 днів від них не надійшло додаткових пропозицій, переможець оголошується остаточним. За наявності інших пропозицій проводиться додаткове засідання комісії з визначення переможця. Засідання комісії є закритими, рішення приймаються 2/3 голосів. Ціна продажу визначається у ході конкурсу, але не може бути нижчою 70% початкової. Продаж за **некомерційним** конкурсом полягає у передачі права власності покупцю, який запропонував найкращі умови подальшої експлуатації об'єкта. Продаж за **комерційним** конкурсом полягає у передачі права власності покупцю, який запропонував найвищу ціну.

Після визначення покупця укладається договір купівлі-продажу, після сплати – акт передачі майна. Далі проводиться реєстрація суб'єкта підприємницької діяльності.

Фонд державного майна здійснює приватизацію державного майна на засадах індивідуальної приватизації. Індивідуальна приватизація полягає у вивченні попиту на конкретний об'єкт приватизації, врахуванні кон'юнктури ринку, на основі цього – визначенні способу продажу, який максимально враховує особливості виробничо-технічного та фінансово-майнового стану кожного підприємства, що підлягає приватизації.

Державною програмою приватизації на 2010-2014 роки передбачається забезпечення високих темпів приватизації державних об'єктів груп А, В, Д, Е та Ж, на які не встановлена заборона на приватизацію і які є надлишковими для виконання державою своїх функцій, збитковими та малорентабельними та застосування індивідуальних засад при приватизації стратегічних підприємств, підприємств з ознаками домінування на загальнодержавному ринку товарів (робіт, послуг) та таких, що потребують спеціального підходу в силу того, що використовують при виробництві унікальні ресурси та нематеріальні активи (група Г).

Програмою економічних реформ України на 2010–2014 років передбачається послідовне скорочення обсягів комерційної діяльності держави за рахунок приватизації, партнерства з недержавними інвесторами, передачі в оренду або концесію державного майна, завершення створення системи моніторингу та оцінки ефективності управління об'єктами державної власності.

4.4 Підприємства з іноземними інвестиціями

За належністю капіталу у світі розрізняють національні, іноземні, багатонаціональні підприємства.

Національні підприємства належать підприємцям своєї країни повністю або в частині, що забезпечує їх контроль. Наприклад, «ІВМ» при міжнародному характері своєї діяльності є національною фірмою США, тому що зареєстрована у США і тільки 4% її акцій знаходяться в іноземних суб'єктів.

В **іноземних** фірмах капітал належить іноземним підприємцям повністю або в частині, що забезпечує їх контроль. Законодавство про іноземні компанії розрізняється в різних країнах і залежить від політики держави з залучення іноземного капіталу. Звичайно, в країнах світу іноземні підприємці користуються рівними правами з національними. Іноді держави встановлюють обмеження із залучення іноземного персоналу. Як правило, іноземний підприємець зобов'язаний публікувати фінансові звіти про діяльність в країні місцезнаходження. Деякі країни надають іноземним інвесторам пільговий податковий режим пільги при отриманні позик, земельних ділянок, при оплаті комунальних послуг, перевезень. Часто іноземні фірми створюються шляхом утворення нового акціонерного товариства або купівлі контрольного пакета акцій місцевих фірм. Найбільше розповсюдження має другий шлях, тому що він дозволяє використовувати наявні зв'язки, клієнтуру, знання ринку. Нерідко перед купівлею має місце тривале ділове співробітництво (торгівельне, технічне, фінансове).

Багатонаціональні фірми (змішані за капіталом) – це фірми, капітал яких належить підприємцям кількох країн, наприклад, бельгійсько-французько-американсько-швейцарський концерн «Філіпс».

Від вищезгаданих слід відрізнити міжнародні фірми, сфера діяльності яких територіально розповсюджується на зарубіжні країни шляхом створення філіалів, дочірніх компаній. Велика частина міжнародних компаній за належністю капіталу є національними. Різновидом міжнародних є **транснаціональні корпорації** (ТНК) – багатогалузеві компанії з технологічною і подетальною спеціалізацією підрозділів, коли частина технологічного процесу переноситься в інші країни. Обслуговуючі ТНК, невеликі національні фірми виходять на світові ринки. Наприклад, європейські автомобільні компанії замовляють вузли і деталі в азіатських країнах.

Багатонаціональні компанії називають **спільними підприємствами** в тому випадку, коли метою їх створення є здійснення спільної підприємницької діяльності. Особливо багато спільних підприємств є в галузях, що потребують великих капіталовкладень, науково-технічного співробітництва – нафтохімічна, хімічна промисловості, атомна енерге-

4.4 Підприємства з іноземними інвестиціями

За належністю капіталу у світі розрізняють національні, іноземні, багатонаціональні підприємства.

Національні підприємства належать підприємцям своєї країни повністю або в частині, що забезпечує їх контроль. Наприклад, «ІВМ» при міжнародному характері своєї діяльності є національною фірмою США, тому що зареєстрована у США і тільки 4% її акцій знаходяться в іноземних суб'єктів.

В **іноземних** фірмах капітал належить іноземним підприємцям повністю або в частині, що забезпечує їх контроль. Законодавство про іноземні компанії розрізняється в різних країнах і залежить від політики держави з залучення іноземного капіталу. Звичайно, в країнах світу іноземні підприємці користуються рівними правами з національними. Іноді держави встановлюють обмеження із залучення іноземного персоналу. Як правило, іноземний підприємець зобов'язаний публікувати фінансові звіти про діяльність в країні місцезнаходження. Деякі країни надають іноземним інвесторам пільговий податковий режим пільги при отриманні позик, земельних ділянок, при оплаті комунальних послуг, перевезень. Часто іноземні фірми створюються шляхом утворення нового акціонерного товариства або купівлі контрольного пакета акцій місцевих фірм. Найбільше розповсюдження має другий шлях, тому що він дозволяє використовувати наявні зв'язки, клієнтуру, знання ринку. Нерідко перед купівлею має місце тривале ділове співробітництво (торгівельне, технічне, фінансове).

Багатонаціональні фірми (змішані за капіталом) – це фірми, капітал яких належить підприємцям кількох країн, наприклад, бельгійсько-французько-американсько-швейцарський концерн «Філіпс».

Від вищезгаданих слід відрізнити міжнародні фірми, сфера діяльності яких територіально розповсюджується на зарубіжні країни шляхом створення філіалів, дочірніх компаній. Велика частина міжнародних компаній за належністю капіталу є національними. Різновидом міжнародних є **транснаціональні корпорації** (ТНК) – багатогалузеві компанії з технологічною і подетальною спеціалізацією підрозділів, коли частина технологічного процесу переноситься в інші країни. Обслуговуючі ТНК, невеликі національні фірми виходять на світові ринки. Наприклад, європейські автомобільні компанії замовляють вузли і деталі в азіатських країнах.

Багатонаціональні компанії називають **спільними підприємствами** в тому випадку, коли метою їх створення є здійснення спільної підприємницької діяльності. Особливо багато спільних підприємств є в галузях, що потребують великих капіталовкладень, науково-технічного співробітництва – нафтохімічна, хімічна промисловості, атомна енерге-

тика, галузі машинобудування, будівництво великих об'єктів. В більшості країн розроблено спеціальні закони для спільних підприємств. У багатьох промислово розвинутих країнах існують засоби фінансового сприяння створенню спільних підприємств, наприклад програма Joint-Venture-Phase-Program (JVPP) Європейського Союзу.

Згідно із законодавством України **підприємством з іноземними інвестиціями** є підприємство, в статутному капіталі якого не менш як 10 % становить іноземна інвестиція.

Іноземною інвестицією є цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту. Іноземні інвестиції можуть вкладатися в об'єкти, інвестування в які не заборонено законами України.

До установчих документів підприємства з іноземними інвестиціями ставляться спеціальні вимоги: крім відомостей, передбачених законодавством України для відповідних організаційно-правових форм підприємств, вони також мають містити відомості про державну належність засновників підприємства з іноземними інвестиціями, відомості про розмір іноземної інвестиції, оціненої в іноземній валюті та національній валюті України за домовленістю сторін на основі цін міжнародних ринків або ринку України за курсом НБУ.

Іноземним підприємством в Україні є унітарне або корпоративне підприємство, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб. Іноземні підприємства не можуть створюватися в галузях, визначених законом, що мають стратегічне значення для безпеки України. Іноземне підприємство фактично є різновидом підприємства з іноземними інвестиціями.

Умови і порядок створення, вимоги до організації та діяльності в Україні підприємств з іноземними інвестиціями та іноземних підприємств законом «Про режим іноземного інвестування», іншими законами. Іноземні інвестиції можуть здійснюватися в Україні у таких формах:

- часткової участі у підприємствах, що створюються спільно з українськими юридичними і фізичними особами, або придбання частки діючих підприємств;
- створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам, філій та інших відокремлених підрозділів іноземних юридичних осіб або придбання у власність діючих підприємств повністю;
- придбання не забороненого законами України нерухомого чи рухомого майна, включаючи будинки, квартири, приміщення, обладнання, транспортні засоби та інші об'єкти власності, шляхом прямого одержання майна та майнових комплексів або у вигляді акцій, облігацій та інших цінних паперів;

тика, галузі машинобудування, будівництво великих об'єктів. В більшості країн розроблено спеціальні закони для спільних підприємств. У багатьох промислово розвинутих країнах існують засоби фінансового сприяння створенню спільних підприємств, наприклад програма Joint-Venture-Phase-Program (JVPP) Європейського Союзу.

Згідно із законодавством України **підприємством з іноземними інвестиціями** є підприємство, в статутному капіталі якого не менш як 10 % становить іноземна інвестиція.

Іноземною інвестицією є цінності, що вкладаються іноземними інвесторами в об'єкти інвестиційної діяльності з метою отримання прибутку або досягнення соціального ефекту. Іноземні інвестиції можуть вкладатися в об'єкти, інвестування в які не заборонено законами України.

До установчих документів підприємства з іноземними інвестиціями ставляться спеціальні вимоги: крім відомостей, передбачених законодавством України для відповідних організаційно-правових форм підприємств, вони також мають містити відомості про державну належність засновників підприємства з іноземними інвестиціями, відомості про розмір іноземної інвестиції, оціненої в іноземній валюті та національній валюті України за домовленістю сторін на основі цін міжнародних ринків або ринку України за курсом НБУ.

Іноземним підприємством в Україні є унітарне або корпоративне підприємство, що діє виключно на основі власності іноземців або іноземних юридичних осіб. Іноземні підприємства не можуть створюватися в галузях, визначених законом, що мають стратегічне значення для безпеки України. Іноземне підприємство фактично є різновидом підприємства з іноземними інвестиціями.

Умови і порядок створення, вимоги до організації та діяльності в Україні підприємств з іноземними інвестиціями та іноземних підприємств законом «Про режим іноземного інвестування», іншими законами. Іноземні інвестиції можуть здійснюватися в Україні у таких формах:

- часткової участі у підприємствах, що створюються спільно з українськими юридичними і фізичними особами, або придбання частки діючих підприємств;
- створення підприємств, що повністю належать іноземним інвесторам, філій та інших відокремлених підрозділів іноземних юридичних осіб або придбання у власність діючих підприємств повністю;
- придбання не забороненого законами України нерухомого чи рухомого майна, включаючи будинки, квартири, приміщення, обладнання, транспортні засоби та інші об'єкти власності, шляхом прямого одержання майна та майнових комплексів або у вигляді акцій, облігацій та інших цінних паперів;

– придбання самостійно або за участю українських юридичних або фізичних осіб прав на користування землею та використання природних ресурсів на території України;

– придбання інших майнових прав;
– господарської (підприємницької) діяльності на основі угод про розподіл продукції;

– в інших формах, які не заборонені законами України, в тому числі без створення юридичної особи на підставі договорів із суб'єктами господарської діяльності України. Так, іноземні інвестори мають право укладати договори (контракти) про спільну інвестиційну діяльність (виробничу кооперацію, спільне виробництво тощо).

Підприємство з іноземною інвестицією – складна форма співробітництва. Для нього характерна така організація, за якої учасники підприємства вкладають власний капітал, і тому виникають вимоги гарантій, що забезпечують захист вкладеного капіталу і можливість повернення його за певних обставин. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. Державні органи не мають права реквізувати іноземні інвестиції, за винятком випадків здійснення рятувних заходів у разі стихійного лиха, аварій, епідемій, епізоотій. Іноземним інвесторам гарантується перерахування за кордон їх прибутків та інших сум, що отримані на законних підставах.

Інтеграція економіки України з економіками інших держав потребує наявності у неї саме такого господарства, яке є в інших розвинутих країнах. Практика міжнародних економічних відносин показала, що спільні підприємства стають останнім часом найбільш комплексною формою промислово-економічного співробітництва, яке включає в себе процеси науково-технічної, виробничої та збутової взаємодії партнерів. У країнах з розвинутою ринковою економікою близько 40% підприємств є спільними.

Створення спільних підприємств – важлива ланка залучення додаткових ресурсів в економічний потенціал України, а також можливість виходу на сучасний рівень техніки, технології та організації виробництва.

Створення підприємства з іноземною інвестицією (спільного підприємства) надає ряд переваг для його учасників:

- можливість створення великомасштабного виробництва за рахунок залучення додаткового капіталу та устаткування;
- доступ до нових ринків збуту, торговельних мереж;
- використання закордонного досвіду технології, організації виробництва, маркетингу, навчання персоналу;
- доступ до джерел сировини та дешевої робочої сили;
- зниження податків, митних та інших зборів;
- зниження політичного ризику шляхом залучення країн партнерів-учасників;
- покращення іміджу.

– придбання самостійно або за участю українських юридичних або фізичних осіб прав на користування землею та використання природних ресурсів на території України;

– придбання інших майнових прав;
– господарської (підприємницької) діяльності на основі угод про розподіл продукції;

– в інших формах, які не заборонені законами України, в тому числі без створення юридичної особи на підставі договорів із суб'єктами господарської діяльності України. Так, іноземні інвестори мають право укладати договори (контракти) про спільну інвестиційну діяльність (виробничу кооперацію, спільне виробництво тощо).

Підприємство з іноземною інвестицією – складна форма співробітництва. Для нього характерна така організація, за якої учасники підприємства вкладають власний капітал, і тому виникають вимоги гарантій, що забезпечують захист вкладеного капіталу і можливість повернення його за певних обставин. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації. Державні органи не мають права реквізувати іноземні інвестиції, за винятком випадків здійснення рятувних заходів у разі стихійного лиха, аварій, епідемій, епізоотій. Іноземним інвесторам гарантується перерахування за кордон їх прибутків та інших сум, що отримані на законних підставах.

Інтеграція економіки України з економіками інших держав потребує наявності у неї саме такого господарства, яке є в інших розвинутих країнах. Практика міжнародних економічних відносин показала, що спільні підприємства стають останнім часом найбільш комплексною формою промислово-економічного співробітництва, яке включає в себе процеси науково-технічної, виробничої та збутової взаємодії партнерів. У країнах з розвинутою ринковою економікою близько 40% підприємств є спільними.

Створення спільних підприємств – важлива ланка залучення додаткових ресурсів в економічний потенціал України, а також можливість виходу на сучасний рівень техніки, технології та організації виробництва.

Створення підприємства з іноземною інвестицією (спільного підприємства) надає ряд переваг для його учасників:

- можливість створення великомасштабного виробництва за рахунок залучення додаткового капіталу та устаткування;
- доступ до нових ринків збуту, торговельних мереж;
- використання закордонного досвіду технології, організації виробництва, маркетингу, навчання персоналу;
- доступ до джерел сировини та дешевої робочої сили;
- зниження податків, митних та інших зборів;
- зниження політичного ризику шляхом залучення країн партнерів-учасників;
- покращення іміджу.

Для українських та іноземних партнерів характерні певні переваги з числа названих. Ефективному функціонуванню спільних підприємств сприяє раціональне поєднання сильних сторін партнерів. Серед переваг вітчизняних партнерів, які можуть корисними для функціонування спільних підприємств можна виділити знання українського ринку, зв'язки з українськими підприємствами – постачальниками та покупцями продукції тощо.

Для країни в цілому, на території якої розташоване спільне підприємство, існують такі вигоди:

- залучення до країни матеріальних і фінансових ресурсів;
- сприяння розвитку транспорту, банківської і страхової систем;
- залучення новітніх зарубіжних технологій та досвіду менеджменту;
- створення робочих місць та підготовка кваліфікованих кадрів;
- насичення внутрішнього ринку та вихід на іноземні ринки (підвищення експортного потенціалу) та зменшення небажаного імпорту;
- додаткові надходження до бюджету країни;
- використання корисних копалин (якщо країна сама не може їх використовувати та пропонуються вигідні умови використання).

Можливі також і негативні наслідки від присутності спільного підприємства в країні:

- ігнорування інтересів країни-господарки (розміщення екологічно небезпечних виробництв);
- проведення досліджень концентрується в більш розвинутій країні, а в менш розвинутій – тільки виконавчі операції;
- висока оплата запрошених іноземних спеціалістів викликає соціальну напруженість.

Часто метою підприємців з розвинутих країн, які здійснюють інвестиції в країнах, що розвиваються, є захоплення джерел сировини, ринків збуту, отримання пільг, прикриваючись вивіскою місцевого підприємства.

Діяльність спільного підприємства більш складна, ніж національного з таких причин:

- необхідно підтримувати зв'язки з іншою країною;
- можливі обмеження уряду приймаючої країни (за кількістю зайнятих, рівнем заробітної плати, платежами до бюджету, захистом навколишнього середовища);
- відмінність культури, мови, національних особливостей;
- особливості ринків збуту, сприйняття реклами;
- різний рівень промислового, комерційного розвитку і соціального забезпечення;
- зміна курсів валют;
- складність правового забезпечення діяльності;
- опозиція громадських сил і спілок.

Для українських та іноземних партнерів характерні певні переваги з числа названих. Ефективному функціонуванню спільних підприємств сприяє раціональне поєднання сильних сторін партнерів. Серед переваг вітчизняних партнерів, які можуть корисними для функціонування спільних підприємств можна виділити знання українського ринку, зв'язки з українськими підприємствами – постачальниками та покупцями продукції тощо.

Для країни в цілому, на території якої розташоване спільне підприємство, існують такі вигоди:

- залучення до країни матеріальних і фінансових ресурсів;
- сприяння розвитку транспорту, банківської і страхової систем;
- залучення новітніх зарубіжних технологій та досвіду менеджменту;
- створення робочих місць та підготовка кваліфікованих кадрів;
- насичення внутрішнього ринку та вихід на іноземні ринки (підвищення експортного потенціалу) та зменшення небажаного імпорту;
- додаткові надходження до бюджету країни;
- використання корисних копалин (якщо країна сама не може їх використовувати та пропонуються вигідні умови використання).

Можливі також і негативні наслідки від присутності спільного підприємства в країні:

- ігнорування інтересів країни-господарки (розміщення екологічно небезпечних виробництв);
- проведення досліджень концентрується в більш розвинутій країні, а в менш розвинутій – тільки виконавчі операції;
- висока оплата запрошених іноземних спеціалістів викликає соціальну напруженість.

Часто метою підприємців з розвинутих країн, які здійснюють інвестиції в країнах, що розвиваються, є захоплення джерел сировини, ринків збуту, отримання пільг, прикриваючись вивіскою місцевого підприємства.

Діяльність спільного підприємства більш складна, ніж національного з таких причин:

- необхідно підтримувати зв'язки з іншою країною;
- можливі обмеження уряду приймаючої країни (за кількістю зайнятих, рівнем заробітної плати, платежами до бюджету, захистом навколишнього середовища);
- відмінність культури, мови, національних особливостей;
- особливості ринків збуту, сприйняття реклами;
- різний рівень промислового, комерційного розвитку і соціального забезпечення;
- зміна курсів валют;
- складність правового забезпечення діяльності;
- опозиція громадських сил і спілок.

При обґрунтуванні доцільності створення підприємства з іноземною інвестицією порівнюються варіанти організації виробництва, економічні показники діяльності з використанням та без використання іноземних інвестицій (фінансування, постачання, технології, устаткування, збут, кількість робітників, заробітна плата, якість продукції, прибуток, рентабельність). Основні економічні показники, в тому числі продуктивність праці, фондоддача, загалом у сукупності спільних підприємств як правило вищі, ніж на інших підприємствах [131].

Залучення іноземного капіталу – одна із важливих проблем в українській економіці. За даними Держкомстату, обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну на 1 січня 2011 р. склав 44,7 млрд. дол., що на 11,6% більше обсягів інвестицій на початок 2010р., та в розрахунку на одну особу становив 978,5 дол. Проте обсяг іноземних інвестицій на душу населення в Україні в 2-7 разів менший порівняно з країнами Східної Європи та в 10-20 разів – порівняно з розвинутими країнами. У Російській Федерації в 2010 р. обсяг іноземних інвестицій на душу населення (без урахування реінвестицій) становив 1300 дол., в Туреччині – 1150, Південно-Африканській Республіці – 1600, В'єтнамі – 900 дол.

На початок 2011 р. інвестиції надійшли в Україну зі 125 країн світу. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає більше 82% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр –9914,6 млн.дол., Німеччина – 7076,9 млн.дол., Нідерланди – 4707,8 млн.дол., Російська Федерація – 3402,8 млн.дол., Австрія – 2658,2 млн.дол., Франція – 2367,1 млн.дол., Сполучене Королівство – 2298,8 млн.дол., Швеція – 1729,9 млн.дол., Віргінські Острови, Британські – 1460,8 млн.дол. та Сполучені Штати Америки – 1192,4 млн.дол.

На початок 2009 р. кількість іноземних підприємств в Україні становила 2307, на початок 2010 р. – 2272, на 1.07. 2011 р. – 2235. Чинники, що стримують іноземне інвестування в економіку України, наступні:

- економічна та політична нестабільність;
- нестабільність законодавства. Іноземним інвесторам необхідно прогнозувати результати діяльності хоча б на 5–10 років, інакше вони відмовляються ризикувати;
- всеохоплююча бюрократія – складність реєстрації підприємства, численні ліцензії, квоти, мито, тривале очікування на кордоні;
- недостатні державні гарантії захисту інвестицій;
- відсутність нормальних побутових умов;
- з іншої сторони – недобросовісність, ненадійність зарубіжних партнерів.

Приваблює іноземних інвесторів в Україну сировина, сільгосппродукція та її переробка, продукція машинобудування, сприятливий клімат, географічне розташування, транспортні зв'язки, кваліфікована та дешева робоча сила. За даними на початок 2011 року іноземні інвести-

При обґрунтуванні доцільності створення підприємства з іноземною інвестицією порівнюються варіанти організації виробництва, економічні показники діяльності з використанням та без використання іноземних інвестицій (фінансування, постачання, технології, устаткування, збут, кількість робітників, заробітна плата, якість продукції, прибуток, рентабельність). Основні економічні показники, в тому числі продуктивність праці, фондоддача, загалом у сукупності спільних підприємств як правило вищі, ніж на інших підприємствах [131].

Залучення іноземного капіталу – одна із важливих проблем в українській економіці. За даними Держкомстату, обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну на 1 січня 2011 р. склав 44,7 млрд. дол., що на 11,6% більше обсягів інвестицій на початок 2010р., та в розрахунку на одну особу становив 978,5 дол. Проте обсяг іноземних інвестицій на душу населення в Україні в 2-7 разів менший порівняно з країнами Східної Європи та в 10-20 разів – порівняно з розвинутими країнами. У Російській Федерації в 2010 р. обсяг іноземних інвестицій на душу населення (без урахування реінвестицій) становив 1300 дол., в Туреччині – 1150, Південно-Африканській Республіці – 1600, В'єтнамі – 900 дол.

На початок 2011 р. інвестиції надійшли в Україну зі 125 країн світу. До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає більше 82% загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр –9914,6 млн.дол., Німеччина – 7076,9 млн.дол., Нідерланди – 4707,8 млн.дол., Російська Федерація – 3402,8 млн.дол., Австрія – 2658,2 млн.дол., Франція – 2367,1 млн.дол., Сполучене Королівство – 2298,8 млн.дол., Швеція – 1729,9 млн.дол., Віргінські Острови, Британські – 1460,8 млн.дол. та Сполучені Штати Америки – 1192,4 млн.дол.

На початок 2009 р. кількість іноземних підприємств в Україні становила 2307, на початок 2010 р. – 2272, на 1.07. 2011 р. – 2235. Чинники, що стримують іноземне інвестування в економіку України, наступні:

- економічна та політична нестабільність;
- нестабільність законодавства. Іноземним інвесторам необхідно прогнозувати результати діяльності хоча б на 5–10 років, інакше вони відмовляються ризикувати;
- всеохоплююча бюрократія – складність реєстрації підприємства, численні ліцензії, квоти, мито, тривале очікування на кордоні;
- недостатні державні гарантії захисту інвестицій;
- відсутність нормальних побутових умов;
- з іншої сторони – недобросовісність, ненадійність зарубіжних партнерів.

Приваблює іноземних інвесторів в Україну сировина, сільгосппродукція та її переробка, продукція машинобудування, сприятливий клімат, географічне розташування, транспортні зв'язки, кваліфікована та дешева робоча сила. За даними на початок 2011 року іноземні інвести-

ції здійснювались переважно у фінансову діяльність (33%), промисловість(31,9%), торгівлю (10,8%), будівництво (5,2%), діяльність транспорту і зв'язку (3,9%).

4.5 Мале підприємництво

В усіх країнах неодмінним та досить вагомим елементом ринкової економіки є мале підприємництво. Малі підприємства не є особливою організаційною формою господарювання і можуть бути будь-якої форми власності: державними підприємствами, товариствами з обмеженою відповідальністю, акціонерними товариствами, приватними підприємствами.

За критерій віднесення підприємства до малого за світовим досвідом може прийматись чисельність працюючих, обсяг продукції або вартість виробничих фондів.

Згідно із внесеним законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» змінами до Господарського Кодексу суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

Суб'єктами мікропідприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва є:

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

ції здійснювались переважно у фінансову діяльність (33%), промисловість(31,9%), торгівлю (10,8%), будівництво (5,2%), діяльність транспорту і зв'язку (3,9%).

4.5 Мале підприємництво

В усіх країнах неодмінним та досить вагомим елементом ринкової економіки є мале підприємництво. Малі підприємства не є особливою організаційною формою господарювання і можуть бути будь-якої форми власності: державними підприємствами, товариствами з обмеженою відповідальністю, акціонерними товариствами, приватними підприємствами.

За критерій віднесення підприємства до малого за світовим досвідом може прийматись чисельність працюючих, обсяг продукції або вартість виробничих фондів.

Згідно із внесеним законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» змінами до Господарського Кодексу суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та доходів від будь-якої діяльності за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва.

Суб'єктами мікропідприємництва є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи – підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва є:

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

річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України. Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва. Чисельність працюючих визначається з урахуванням усіх працівників, у тому числі тих, що працюють за договорами та за сумісництвом, а також працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів.

Мале підприємництво має такі **переваги та недоліки** (таблиця 4.6) [53].

Таблиця 4.6 – Переваги та недоліки малого підприємництва

Переваги	Недоліки
Гнучкість щодо змін попиту Можливість врахування запитів окремих споживачів через прямі контакти Схильність до ризику та інновацій Адаптація до місцевих умов Спрощена організаційна структура	Висока чутливість до економічних змін та залежність від місцевого ринку Фінансові труднощі Проблеми залучення кваліфікованих службовців Високий ступінь ризику Висока особиста відповідальність підприємців за зобов'язаннями

Значення і місце малого підприємництва в національній економіці виявляються в притаманних йому **функціях**. Мале підприємництво [53]:

- формує конкурентне середовище;
- оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості;
- забезпечує насичення ринку товарами та продуктами;
- сприяє активізації інноваційних процесів;
- створює додаткові робочі місця;
- формує соціальний прошарок підприємців-власників.

Названі особливості та переваги малих підприємств визначають необхідність підтримки і розвитку малого підприємництва в Україні. Уряд розробляє Державні програми з підтримки підприємництва в Україні, комплексні програми розвитку малого підприємництва в регіонах.

З метою створення позитивного іміджу підприємництва в суспільстві уряд України спільно з громадськими організаціями розробляє певні

річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами великого підприємництва є юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) перевищує 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України. Інші суб'єкти господарювання належать до суб'єктів середнього підприємництва. Чисельність працюючих визначається з урахуванням усіх працівників, у тому числі тих, що працюють за договорами та за сумісництвом, а також працівників представництв, філій, відділень та інших відокремлених підрозділів.

Мале підприємництво має такі **переваги та недоліки** (таблиця 4.6) [53].

Таблиця 4.6 – Переваги та недоліки малого підприємництва

Переваги	Недоліки
Гнучкість щодо змін попиту Можливість врахування запитів окремих споживачів через прямі контакти Схильність до ризику та інновацій Адаптація до місцевих умов Спрощена організаційна структура	Висока чутливість до економічних змін та залежність від місцевого ринку Фінансові труднощі Проблеми залучення кваліфікованих службовців Високий ступінь ризику Висока особиста відповідальність підприємців за зобов'язаннями

Значення і місце малого підприємництва в національній економіці виявляються в притаманних йому **функціях**. Мале підприємництво [53]:

- формує конкурентне середовище;
- оперативно реагуючи на зміни кон'юнктури ринку, надає ринковій економіці необхідної гнучкості;
- забезпечує насичення ринку товарами та продуктами;
- сприяє активізації інноваційних процесів;
- створює додаткові робочі місця;
- формує соціальний прошарок підприємців-власників.

Названі особливості та переваги малих підприємств визначають необхідність підтримки і розвитку малого підприємництва в Україні. Уряд розробляє Державні програми з підтримки підприємництва в Україні, комплексні програми розвитку малого підприємництва в регіонах.

З метою створення позитивного іміджу підприємництва в суспільстві уряд України спільно з громадськими організаціями розробляє певні

заходи: перша неділя вересня відзначається як День підприємця, укладена «Золота книга ділової еліти України», проводиться міжнародний академічний рейтинг популярності і якості товарів та послуг «Золота Фортуна», щорічні всеукраїнські конкурси «Золота торгова марка», «Бренд року», результати яких публікуються в засобах масової інформації.

В Україні впроваджуються принципи Європейської Хартії малих підприємств, в якій голови урядів країн-членів ЄС наголошують значення малих підприємств «як основи європейської економіки» та «ключового джерела робочих місць і благодатного ґрунту для бізнесових ідей».

Мале підприємництво є невід'ємною рисою будь-якої ринкової господарської системи. В усіх країнах з розвинутою ринковою економікою цьому сектору належить значне місце. На малий бізнес припадає 90–95% усіх підприємств та 50–60% валового національного продукту. Малі підприємства забезпечують робочими місцями 50–80% працездатного населення. Саме малі підприємства створюють приріст робочих місць (у той час як великі підприємства скорочують чисельність персоналу) і тому відіграють велику соціальну роль. Чисельність малих підприємств в країнах світу постійно зростає з розвитком НТР, яка формує попит на вузькоспеціалізовану, інтелектуальну продукцію. Малі підприємства виживають у конкуренції з великими за рахунок високої інтенсивності праці, низької заробітної плати, економії на умовах роботи.

Наведемо дані аналізу процвітаючих підприємств малого бізнесу у Великобританії [154]:

1. Сфера обслуговування:

- Спеціалізовані фірми – архітектурно-планувальні, юридичні, бухгалтерські, брокерські і стоматологічні.
- Підприємства громадського харчування – закуочні, фабрики-кухні, кафе, ресторани.
- Ділові послуги – рекламні агентства, послуги з маркетингу, прибирання офісів, ксерокопіювання матеріалів і комп'ютерне програмування.
- Підприємства роздрібних послуг – перукарні, пральні самообслуговування, пункти ремонту взуття, хімчистки.

2. Виробничий сектор (вузькоспеціалізовані виробництва):

- Підприємства по виробництву продуктів харчування, наприклад, хлібобулочних виробів, тортів, морозива.
- Деревообробні виробництва – дрібні партії, наприклад, високоякісних меблів і устаткування для магазинів.
- Будівельні фірми – невеликі будівельні підприємства і підрядчики по столярних роботах, сантехніці і електриці.
- Видавництва і друкарні – невеликі тиражі книг і бланкової продукції.

заходи: перша неділя вересня відзначається як День підприємця, укладена «Золота книга ділової еліти України», проводиться міжнародний академічний рейтинг популярності і якості товарів та послуг «Золота Фортуна», щорічні всеукраїнські конкурси «Золота торгова марка», «Бренд року», результати яких публікуються в засобах масової інформації.

В Україні впроваджуються принципи Європейської Хартії малих підприємств, в якій голови урядів країн-членів ЄС наголошують значення малих підприємств «як основи європейської економіки» та «ключового джерела робочих місць і благодатного ґрунту для бізнесових ідей».

Мале підприємництво є невід'ємною рисою будь-якої ринкової господарської системи. В усіх країнах з розвинутою ринковою економікою цьому сектору належить значне місце. На малий бізнес припадає 90–95% усіх підприємств та 50–60% валового національного продукту. Малі підприємства забезпечують робочими місцями 50–80% працездатного населення. Саме малі підприємства створюють приріст робочих місць (у той час як великі підприємства скорочують чисельність персоналу) і тому відіграють велику соціальну роль. Чисельність малих підприємств в країнах світу постійно зростає з розвитком НТР, яка формує попит на вузькоспеціалізовану, інтелектуальну продукцію. Малі підприємства виживають у конкуренції з великими за рахунок високої інтенсивності праці, низької заробітної плати, економії на умовах роботи.

Наведемо дані аналізу процвітаючих підприємств малого бізнесу у Великобританії [154]:

1. Сфера обслуговування:

- Спеціалізовані фірми – архітектурно-планувальні, юридичні, бухгалтерські, брокерські і стоматологічні.
- Підприємства громадського харчування – закуочні, фабрики-кухні, кафе, ресторани.
- Ділові послуги – рекламні агентства, послуги з маркетингу, прибирання офісів, ксерокопіювання матеріалів і комп'ютерне програмування.
- Підприємства роздрібних послуг – перукарні, пральні самообслуговування, пункти ремонту взуття, хімчистки.

2. Виробничий сектор (вузькоспеціалізовані виробництва):

- Підприємства по виробництву продуктів харчування, наприклад, хлібобулочних виробів, тортів, морозива.
- Деревообробні виробництва – дрібні партії, наприклад, високоякісних меблів і устаткування для магазинів.
- Будівельні фірми – невеликі будівельні підприємства і підрядчики по столярних роботах, сантехніці і електриці.
- Видавництва і друкарні – невеликі тиражі книг і бланкової продукції.

3. Сфера торгівлі: дрібні книжкові лавки, квіткові магазини, газетні кіоски, овочеві лотки, магазини іграшок, торгівля рибою і господарські магазини є на кожній центральній вулиці у всіх великих і малих містах.

За даними Держкомстату кількість суб'єктів малого підприємництва на 10 тис. наявного населення в Україні становила 661 одиницю у 2009 році, та 464 одиниці – у 2010. Загальна чисельність працівників, зайнятих у сфері малого підприємництва, в 2009 році зросла з 6,31 млн. до 6,45 млн. осіб, що складало 35 % всіх зайнятих працездатного віку, а в 2010 році чисельність зайнятих скоротилась до 4,96 млн., у тому числі:

- на малих підприємствах та фермерських господарствах – 2,15 млн. осіб (у 2009 р. – 2,23 млн.);

- у фізичних осіб – підприємців – 2,81 млн. осіб (у 2009 р. – 4,22 млн.)

У 2010 році малий бізнес продав товарів і послуг на 714,81 млрд. грн. (у 2009р. – 657,64 млрд. грн.), в результаті частка малого бізнесу в загальному обсязі реалізації становила 21,2% (у 2009 р. – 33%).

Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення в Україні за період з 1995 р. збільшилась майже у 4 рази і досягла 75 підприємств у 2009 році, але зменшилась до 63 – у 2010 році (рисунок 4.2).

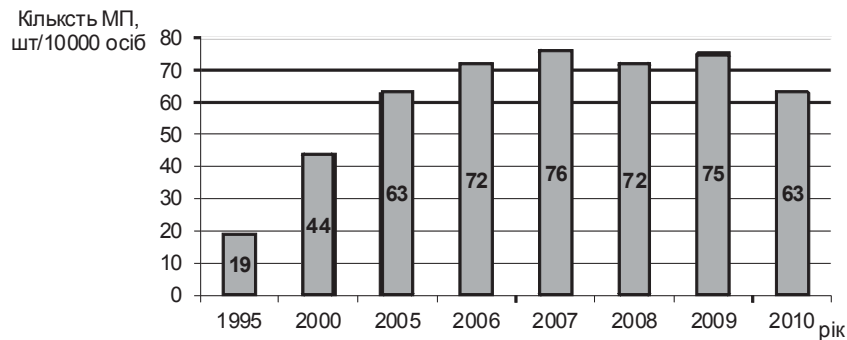


Рисунок 4.2 – Динаміка кількості малих підприємств на 10000 осіб населення [117]

Чисельність найманих працівників малих підприємств збільшилась з 1,7 млн. у 2000 р. до 2,1 млн. у 2009 р. (у розрахунку на одне підприємство – 6 осіб), а їх частка у загальній чисельності найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності – з 15,1 до 25,2 %. У 2010 році чисельність найманих працівників малих підприємств зменшилась до 1,99 млн. Частка обсягу реалізованої продукції

3. Сфера торгівлі: дрібні книжкові лавки, квіткові магазини, газетні кіоски, овочеві лотки, магазини іграшок, торгівля рибою і господарські магазини є на кожній центральній вулиці у всіх великих і малих містах.

За даними Держкомстату кількість суб'єктів малого підприємництва на 10 тис. наявного населення в Україні становила 661 одиницю у 2009 році, та 464 одиниці – у 2010. Загальна чисельність працівників, зайнятих у сфері малого підприємництва, в 2009 році зросла з 6,31 млн. до 6,45 млн. осіб, що складало 35 % всіх зайнятих працездатного віку, а в 2010 році чисельність зайнятих скоротилась до 4,96 млн., у тому числі:

- на малих підприємствах та фермерських господарствах – 2,15 млн. осіб (у 2009 р. – 2,23 млн.);

- у фізичних осіб – підприємців – 2,81 млн. осіб (у 2009 р. – 4,22 млн.)

У 2010 році малий бізнес продав товарів і послуг на 714,81 млрд. грн. (у 2009р. – 657,64 млрд. грн.), в результаті частка малого бізнесу в загальному обсязі реалізації становила 21,2% (у 2009 р. – 33%).

Кількість малих підприємств на 10 тис. наявного населення в Україні за період з 1995 р. збільшилась майже у 4 рази і досягла 75 підприємств у 2009 році, але зменшилась до 63 – у 2010 році (рисунок 4.2).

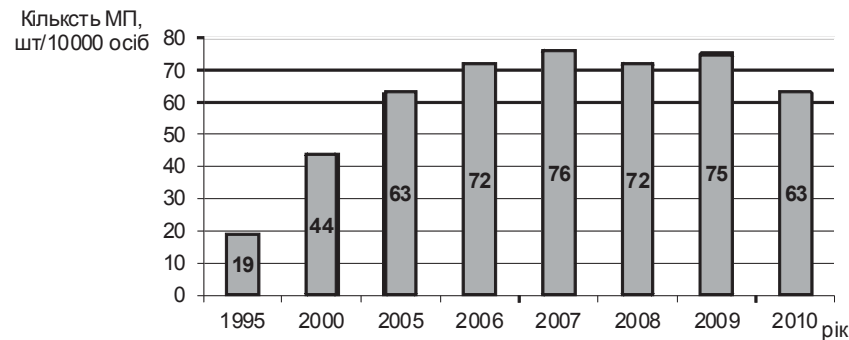


Рисунок 4.2 – Динаміка кількості малих підприємств на 10000 осіб населення [117]

Чисельність найманих працівників малих підприємств збільшилась з 1,7 млн. у 2000 р. до 2,1 млн. у 2009 р. (у розрахунку на одне підприємство – 6 осіб), а їх частка у загальній чисельності найманих працівників підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності – з 15,1 до 25,2 %. У 2010 році чисельність найманих працівників малих підприємств зменшилась до 1,99 млн. Частка обсягу реалізованої продукції

малих підприємств до загального обсягу реалізації у 2009 р. становила 16,6 %, у 2010 – 14,2% (у 2000 р. – 8,1%). Таким чином, на малих підприємствах у 2010 р. був зайнятий кожен четвертий український найманий працівник, тут реалізувалась одна сьома частина всього обсягу продукції, робіт і послуг. Частка кількості малих підприємств у загальній кількості підприємств у 2010 році становила 92,9%. Частка прибутку від звичайної діяльності до оподаткування малих підприємств до загального обсягу прибутку становила – 23,4 %. Питома вага малих підприємств, що одержали збиток – 41,4%. Розподіл продукції малих підприємств за основними видами економічної діяльності виглядав таким чином.

Таблиця 4.7 – Частка продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності (відсотків) [117]

Вид економічної діяльності	2000 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Усього	8,1	18,1	16,3	16,6	14,2
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	5,6	17,2	16,6	17,1	20,3
Промисловість	2,8	5,0	4,6	5,1	4,8
Будівництво	21,9	33,0	33,5	37,7	37,6
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	12,3	25,0	22,7	23,3	18,5
Діяльність готелів та ресторанів	38,9	35,2	32,3	33,2	28,1
Діяльність транспорту та зв'язку	3,9	10,9	10,2	10,1	9,3
Фінансова діяльність	3,5	10,9	6,4	7,5	5,0
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	24,9	41,2	32,4	26,7	29,6
Освіта	30,4	38,5	40,4	34,9	37,9
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	16,9	26,0	25,0	23,8	23,1
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	11,3	25,0	23,2	24,7	25,4

малих підприємств до загального обсягу реалізації у 2009 р. становила 16,6 %, у 2010 – 14,2% (у 2000 р. – 8,1%). Таким чином, на малих підприємствах у 2010 р. був зайнятий кожен четвертий український найманий працівник, тут реалізувалась одна сьома частина всього обсягу продукції, робіт і послуг. Частка кількості малих підприємств у загальній кількості підприємств у 2010 році становила 92,9%. Частка прибутку від звичайної діяльності до оподаткування малих підприємств до загального обсягу прибутку становила – 23,4 %. Питома вага малих підприємств, що одержали збиток – 41,4%. Розподіл продукції малих підприємств за основними видами економічної діяльності виглядав таким чином.

Таблиця 4.7 – Частка продукції малих підприємств у загальному обсязі реалізованої продукції (робіт, послуг) за видами економічної діяльності (відсотків) [117]

Вид економічної діяльності	2000 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Усього	8,1	18,1	16,3	16,6	14,2
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	5,6	17,2	16,6	17,1	20,3
Промисловість	2,8	5,0	4,6	5,1	4,8
Будівництво	21,9	33,0	33,5	37,7	37,6
Торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	12,3	25,0	22,7	23,3	18,5
Діяльність готелів та ресторанів	38,9	35,2	32,3	33,2	28,1
Діяльність транспорту та зв'язку	3,9	10,9	10,2	10,1	9,3
Фінансова діяльність	3,5	10,9	6,4	7,5	5,0
Операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	24,9	41,2	32,4	26,7	29,6
Освіта	30,4	38,5	40,4	34,9	37,9
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	16,9	26,0	25,0	23,8	23,1
Надання комунальних та індивідуальних послуг; діяльність у сфері культури та спорту	11,3	25,0	23,2	24,7	25,4

Як бачимо, діяльність малих підприємств зосереджена переважно у будівництві, сільському господарстві, торгівлі та сфері послуг. Хоча, як свідчить світовий досвід, навіть у машинобудуванні малі підприємства мають перспективи для розвитку. В цій галузі вони як правило, є вузькоспеціалізованими і знаходяться у кооперативних зв'язках з великими підприємствами, тобто є постачальниками деталей та вузлів. Це вигідно обом сторонам, тому що дозволяє великим підприємствам звільнитись від виробництва дрібними партіями. Наприклад, компанія «Дженерал моторз» пов'язана з 45 тис. фірм субпідрядників, з яких 90 % – це малі фірми.

Показники діяльності підприємств за розмірами наведені у таблиці 4.8 [172]:

Таблиця 4.8 – Основні показники діяльності підприємств – суб'єктів господарювання за розмірами у 2010 році

Показник	Великі	Середні	Малі
Кількість підприємств на 10 тис. осіб населення, одиниць	1	4	63
Частка кількості підприємств у загальній кількості, %	0,6	6,5	92,9
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	3305,3	2507,3	2073,6
% до загальної кількості зайнятих працівників	41,9	31,8	26,3
Чисельність найманих працівників, тис. осіб	3305,2	2506,3	1992,5
у % до загальної кількості найманих працівників	42,4	32,1	25,5
Середньомісячна заробітна плата працівників, грн.	2909,35	1866,25	1249,88
Фонд оплати праці, млн.грн.	115392,6	56128,2	29885,1
Обсяг реалізованої продукції, (робіт, послуг), млн.грн.	1640279,5	1241555,3	478256,7
у % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг)	48,8	37,0	14,2

Як бачимо, діяльність малих підприємств зосереджена переважно у будівництві, сільському господарстві, торгівлі та сфері послуг. Хоча, як свідчить світовий досвід, навіть у машинобудуванні малі підприємства мають перспективи для розвитку. В цій галузі вони як правило, є вузькоспеціалізованими і знаходяться у кооперативних зв'язках з великими підприємствами, тобто є постачальниками деталей та вузлів. Це вигідно обом сторонам, тому що дозволяє великим підприємствам звільнитись від виробництва дрібними партіями. Наприклад, компанія «Дженерал моторз» пов'язана з 45 тис. фірм субпідрядників, з яких 90 % – це малі фірми.

Показники діяльності підприємств за розмірами наведені у таблиці 4.8 [172]:

Таблиця 4.8 – Основні показники діяльності підприємств – суб'єктів господарювання за розмірами у 2010 році

Показник	Великі	Середні	Малі
Кількість підприємств на 10 тис. осіб населення, одиниць	1	4	63
Частка кількості підприємств у загальній кількості, %	0,6	6,5	92,9
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	3305,3	2507,3	2073,6
% до загальної кількості зайнятих працівників	41,9	31,8	26,3
Чисельність найманих працівників, тис. осіб	3305,2	2506,3	1992,5
у % до загальної кількості найманих працівників	42,4	32,1	25,5
Середньомісячна заробітна плата працівників, грн.	2909,35	1866,25	1249,88
Фонд оплати праці, млн.грн.	115392,6	56128,2	29885,1
Обсяг реалізованої продукції, (робіт, послуг), млн.грн.	1640279,5	1241555,3	478256,7
у % до загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг)	48,8	37,0	14,2

Середніх підприємств в Україні на 10 тис. населення у 2010 р. нараховувалось лише 4 (2009р. – 5), їх частка становила 6,5% (2009 – 5,8 %) від всіх підприємств. На таких середніх підприємствах було зайнято 31,8% від всіх зайнятих працівників в Україні (2009 р. – 34,4 %). Середні підприємства забезпечували 37,0 % всієї реалізації продукції.

Питома вага малого та середнього підприємництва в загальних обсягах економіки поступово збільшувалась і на 2009 р. цей сектор забезпечував 70,7% обсягу реалізованої продукції, але в 2010 р. його частка скоротилась до 58,1%.

Узагальнюючи позитивні і негативні сторони розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, можна зазначити, що за кількісними оцінками розвиток цього сектору економіки практично відповідає європейським показникам. Це підтверджує показник кількості суб'єктів малого та середнього підприємництва на тисячу населення, на 2008 р. досяг 56,6 одиниць, у 2009 р. – 66,6, у 2010 р. – 46,8 (у Великій Британії – 59, Німеччині – 43, Франції – 42, Португалії – 66, Італії – 72) [118].

Таким чином, з початку впровадження ринкових відносин спостерігалось зростання значення сфери малого підприємництва в економіці України. Малі та середні підприємства – це не тільки працевлаштування значної кількості працівників, але вже і вагома частка у виробництві ВВП та національного багатства. Разом з тим, за якісними показниками вітчизняне підприємництво значно відстає від європейського стандарту. І не лише за показником якості самої продукції, але й за його внеском у розвиток економіки, за рівнем продуктивності праці, наявністю економічно доцільних створюваних робочих місць і соціальних гарантій тощо. За темпами зростання продуктивності праці малі підприємства значно відстають від середніх та великих.

Основними чинниками, що гальмують розвиток малого бізнесу в Україні, є такі:

- нестабільність економіки;
- недосконалість законодавства;
- складність отримання ліцензій;
- складність одержання та високі процентні ставки кредиту;
- нерозвиненість інфраструктури (комунікаційної, інформаційного забезпечення, реклами, зв'язків з громадськістю);
- недостатня підтримка з боку держави.

Аналіз стану підприємництва в Україні показує, що сектор малого та середнього бізнесу перебуває на етапі розвитку і характеризується невисоким ступенем ефективності. Він потребує ефективної державної підтримки підприємств. Розвиток малого та середнього підприємництва в нашій країні має стати вирішальним чинником для подальшого реформування вітчизняної економіки і забезпечення передумов для економічного зростання [39].

Середніх підприємств в Україні на 10 тис. населення у 2010 р. нараховувалось лише 4 (2009р. – 5), їх частка становила 6,5% (2009 – 5,8 %) від всіх підприємств. На таких середніх підприємствах було зайнято 31,8% від всіх зайнятих працівників в Україні (2009 р. – 34,4 %). Середні підприємства забезпечували 37,0 % всієї реалізації продукції.

Питома вага малого та середнього підприємництва в загальних обсягах економіки поступово збільшувалась і на 2009 р. цей сектор забезпечував 70,7% обсягу реалізованої продукції, але в 2010 р. його частка скоротилась до 58,1%.

Узагальнюючи позитивні і негативні сторони розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, можна зазначити, що за кількісними оцінками розвиток цього сектору економіки практично відповідає європейським показникам. Це підтверджує показник кількості суб'єктів малого та середнього підприємництва на тисячу населення, на 2008 р. досяг 56,6 одиниць, у 2009 р. – 66,6, у 2010 р. – 46,8 (у Великій Британії – 59, Німеччині – 43, Франції – 42, Португалії – 66, Італії – 72) [118].

Таким чином, з початку впровадження ринкових відносин спостерігалось зростання значення сфери малого підприємництва в економіці України. Малі та середні підприємства – це не тільки працевлаштування значної кількості працівників, але вже і вагома частка у виробництві ВВП та національного багатства. Разом з тим, за якісними показниками вітчизняне підприємництво значно відстає від європейського стандарту. І не лише за показником якості самої продукції, але й за його внеском у розвиток економіки, за рівнем продуктивності праці, наявністю економічно доцільних створюваних робочих місць і соціальних гарантій тощо. За темпами зростання продуктивності праці малі підприємства значно відстають від середніх та великих.

Основними чинниками, що гальмують розвиток малого бізнесу в Україні, є такі:

- нестабільність економіки;
- недосконалість законодавства;
- складність отримання ліцензій;
- складність одержання та високі процентні ставки кредиту;
- нерозвиненість інфраструктури (комунікаційної, інформаційного забезпечення, реклами, зв'язків з громадськістю);
- недостатня підтримка з боку держави.

Аналіз стану підприємництва в Україні показує, що сектор малого та середнього бізнесу перебуває на етапі розвитку і характеризується невисоким ступенем ефективності. Він потребує ефективної державної підтримки підприємств. Розвиток малого та середнього підприємництва в нашій країні має стати вирішальним чинником для подальшого реформування вітчизняної економіки і забезпечення передумов для економічного зростання [39].

4.6 Організаційно-правові форми підприємництва

Правовий статус підприємства визначає, хто та в якому розмірі несе відповідальність по зобов'язаннях підприємства, кому належить право укладати угоди та хто вирішує питання господарської діяльності.

Вибір організаційно-правової форми підприємництва залежить від багатьох **чинників**, а саме [128]:

- 1) кількості власників (за українським законодавством – учасників) суб'єкта господарювання;
- 2) порядку утворення статутного капіталу підприємства, потреби у фінансових коштах;
- 3) рівня прав та відповідальності;
- 4) способу розподілу прибутків і збитків;
- 5) форми управління;
- 6) можливості зміни власника;
- 8) простоти ліквідації бізнесу;
- 7) вимог господарського права.

З урахуванням названих чинників підприємець вибирає організаційно-правову форму господарювання. Класифікація основних форм підприємництва наведені на рисунку 4.3.

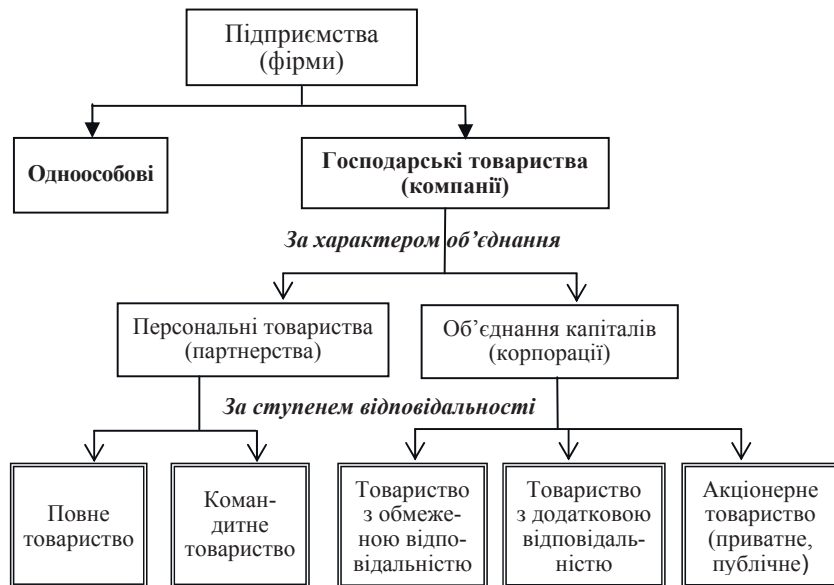


Рисунок 4.3 – Класифікація підприємств за організаційно-правовою формою господарювання

4.6 Організаційно-правові форми підприємництва

Правовий статус підприємства визначає, хто та в якому розмірі несе відповідальність по зобов'язаннях підприємства, кому належить право укладати угоди та хто вирішує питання господарської діяльності.

Вибір організаційно-правової форми підприємництва залежить від багатьох **чинників**, а саме [128]:

- 1) кількості власників (за українським законодавством – учасників) суб'єкта господарювання;
- 2) порядку утворення статутного капіталу підприємства, потреби у фінансових коштах;
- 3) рівня прав та відповідальності;
- 4) способу розподілу прибутків і збитків;
- 5) форми управління;
- 6) можливості зміни власника;
- 8) простоти ліквідації бізнесу;
- 7) вимог господарського права.

З урахуванням названих чинників підприємець вибирає організаційно-правову форму господарювання. Класифікація основних форм підприємництва наведені на рисунку 4.3.

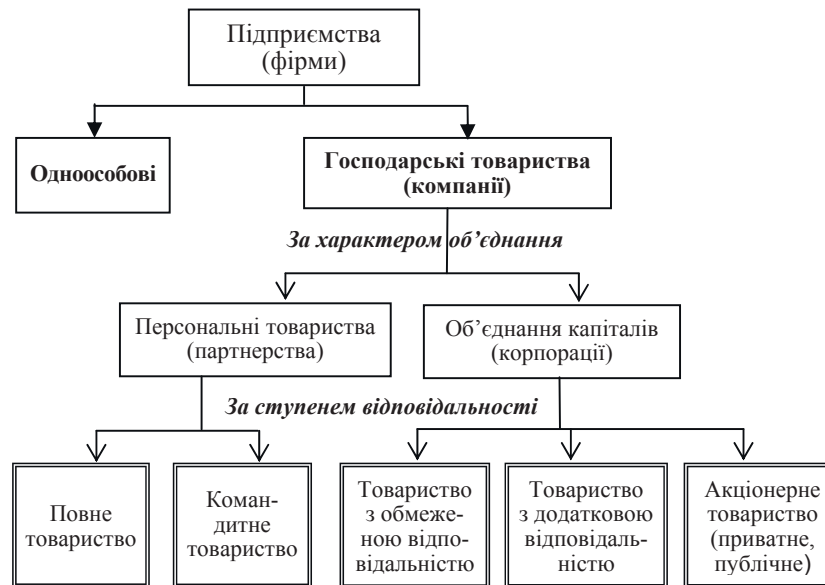


Рисунок 4.3 – Класифікація підприємств за організаційно-правовою формою господарювання

За міжнародною класифікацією всі підприємства в різних країнах поділяють на одноособові та об'єднання підприємств (компанії). Згідно з законодавством України такі об'єднання підприємств називають господарськими товариствами. Подальший поділ проводять за характером об'єднання: в європейських країнах розрізняють персональні товариства (об'єднання осіб) та об'єднання капіталів (товариства на капіталі); в США персональні товариства називають партнерствами, а об'єднання капіталів – корпораціями. За ступенем відповідальності розрізняють (згідно з термінологією, прийнятою у вітчизняному законодавстві): повне, командитне товариство, товариство з обмеженою, додатковою відповідальністю, акціонерне товариство (приватне та публічне).

З метою уніфікації правового регулювання діяльності фірм в державах Європейського Союзу виділяються два види компаній: 1) компанія публічного типу – відповідає публічному акціонерному товариству; 2) компанія приватного типу – відповідає товариству з обмеженою відповідальністю, приватному акціонерному товариству.

Згідно з Господарським Кодексом, підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця.

Статистичні дані про розвиток різних організаційно-правових форм підприємництва в Україні наведені в таблиці 4.9.

Таблиця 4.9 – Кількість підприємств за організаційно-правовими формами господарювання (на початок року) [65]

Найменування	2001	2006	2007	2008	2009	2010	1.07.2011
Приватне підприємство	192168	248211	258536	270331	278574	283697	286644
Повне товариство	1997	1997	1985	1948	1939	2084	2125
Командитне товариство	799	690	673	654	642	631	648
Товариство з обмеженою відповідальністю	221905	325925	351750	381205	404525	418145	458181
Товариство з додатковою відповідальністю	719	700	696	730	761	782	1209
Акціонерне товариство, в тому числі:							
публічне (відкрите)	12089	11345	10895	10406	10058	9674	8129
приватне (закрите)	22100	21948	21503	21098	20502	19821	18831

За міжнародною класифікацією всі підприємства в різних країнах поділяють на одноособові та об'єднання підприємств (компанії). Згідно з законодавством України такі об'єднання підприємств називають господарськими товариствами. Подальший поділ проводять за характером об'єднання: в європейських країнах розрізняють персональні товариства (об'єднання осіб) та об'єднання капіталів (товариства на капіталі); в США персональні товариства називають партнерствами, а об'єднання капіталів – корпораціями. За ступенем відповідальності розрізняють (згідно з термінологією, прийнятою у вітчизняному законодавстві): повне, командитне товариство, товариство з обмеженою, додатковою відповідальністю, акціонерне товариство (приватне та публічне).

З метою уніфікації правового регулювання діяльності фірм в державах Європейського Союзу виділяються два види компаній: 1) компанія публічного типу – відповідає публічному акціонерному товариству; 2) компанія приватного типу – відповідає товариству з обмеженою відповідальністю, приватному акціонерному товариству.

Згідно з Господарським Кодексом, підприємництво в Україні здійснюється в будь-яких організаційних формах, передбачених законом, на вибір підприємця.

Статистичні дані про розвиток різних організаційно-правових форм підприємництва в Україні наведені в таблиці 4.9.

Таблиця 4.9 – Кількість підприємств за організаційно-правовими формами господарювання (на початок року) [65]

Найменування	2001	2006	2007	2008	2009	2010	1.07.2011
Приватне підприємство	192168	248211	258536	270331	278574	283697	286644
Повне товариство	1997	1997	1985	1948	1939	2084	2125
Командитне товариство	799	690	673	654	642	631	648
Товариство з обмеженою відповідальністю	221905	325925	351750	381205	404525	418145	458181
Товариство з додатковою відповідальністю	719	700	696	730	761	782	1209
Акціонерне товариство, в тому числі:							
публічне (відкрите)	12089	11345	10895	10406	10058	9674	8129
приватне (закрите)	22100	21948	21503	21098	20502	19821	18831

Співвідношення різних організаційних форм господарювання проілюстровано рисунком 4.4.

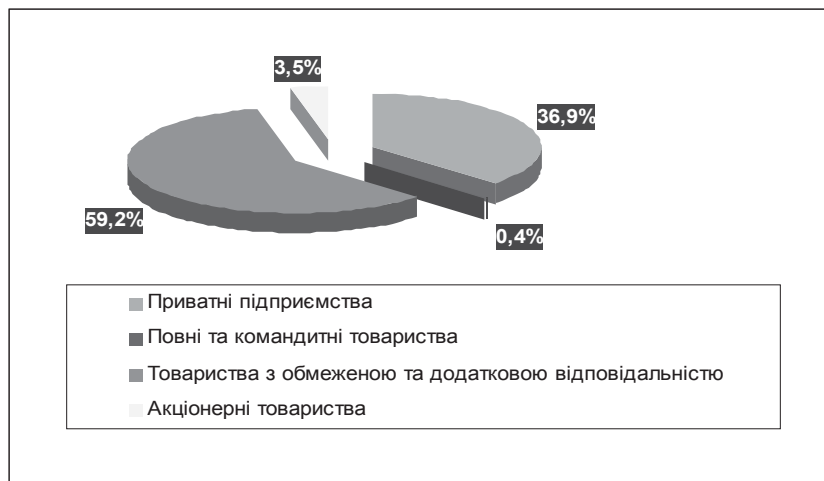


Рисунок 4.4 – Кількісне співвідношення різних організаційних форм господарювання в економіці України на 1.07.2011 року

4.6.1 Одноособове володіння

Згідно із міжнародною практикою, **одноособове володіння** є власністю однієї фізичної особи або сім'ї.

Управління здійснює безпосередньо власник або керівник (менеджер), який наймається за контрактом. Власник отримує весь прибуток та несе відповідальність за зобов'язаннями підприємства всім своїм майном.

В Україні до даної форми господарської діяльності може бути віднесено: підприємництво без створення юридичної особи (фізична особа-підприємець), приватне підприємство, фермерське господарство. Однак, згідно з Господарським кодексом України приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства, або на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи. Таким чином, юридично власниками приватного підприємства можуть бути кілька осіб, але на практиці деякі органи реєстрації відмовляють в реєстрації приватного підприємства у якого декілька засновників.

Згідно із законом України «Про селянське (фермерське) господарство», фермерське господарство є формою підприємницької діяльності

Співвідношення різних організаційних форм господарювання проілюстровано рисунком 4.4.

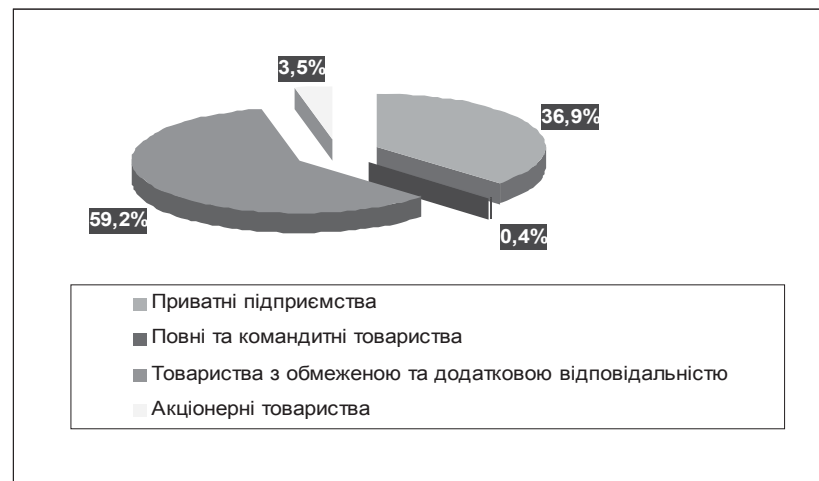


Рисунок 4.4 – Кількісне співвідношення різних організаційних форм господарювання в економіці України на 1.07.2011 року

4.6.1 Одноособове володіння

Згідно із міжнародною практикою, **одноособове володіння** є власністю однієї фізичної особи або сім'ї.

Управління здійснює безпосередньо власник або керівник (менеджер), який наймається за контрактом. Власник отримує весь прибуток та несе відповідальність за зобов'язаннями підприємства всім своїм майном.

В Україні до даної форми господарської діяльності може бути віднесено: підприємництво без створення юридичної особи (фізична особа-підприємець), приватне підприємство, фермерське господарство. Однак, згідно з Господарським кодексом України приватним підприємством визнається підприємство, що діє на основі приватної власності одного або кількох громадян, іноземців, осіб без громадянства, або на основі приватної власності суб'єкта господарювання – юридичної особи. Таким чином, юридично власниками приватного підприємства можуть бути кілька осіб, але на практиці деякі органи реєстрації відмовляють в реєстрації приватного підприємства у якого декілька засновників.

Згідно із законом України «Про селянське (фермерське) господарство», фермерське господарство є формою підприємницької діяльності

громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства, відповідно до закону. Фермерське господарство може бути створене одним громадянином України або кількома громадянами України, які є родичами або членами сім'ї. В Україні перші селянські (фермерські) господарства з'явилися у 1991 р., на початок 2009 року їх кількість досягла 50,1 тис., але на 1.07. 2011 зменшилась до 49,4 тис.

Як показує світова практика, одноособові володіння в основній масі малі та середні, але можуть бути і гігантами сімейного типу. Так, на початковому етапі своєї діяльності до цієї форми господарювання належали фірми Круппа, Ротшильдів, Оліветті, Форда, Гейтса ; в процесі розвитку такі великі підприємства як правило перетворюються на корпоративну форму.

Американський журнал Форбс регулярно публікує переліки найбагатших людей в світі. У 2010 році найбагатша людина в світі – це Карлос Слім Елу – 70-річний бізнесмен з Мексики, телекомунікаційний магнат, що володіє корпорацією TelMex (Telefonos de Mexico).



На фото – Карлос Слім Елу, найбагатша людина в світі в 2010 році.

На правому фото – разом з Білом Гейтсом беруть участь в прес-конференції.



Українців серед 50 надбагатіїв світу не виявилось, проте там є троє росіян. Найбагатшою людиною з Росії 2010 року виявився Володимир Лісин, власник металургійного комбінату. Його статок \$15,8 млрд. дозволив зайняти 32 місце в списку Форбс.

У таблиці 4.10 наведені десять найбагатших людей в світі в 2010 році за версією журналу Форбс [175].

громадян із створенням юридичної особи, які виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатися її переробкою та реалізацією з метою отримання прибутку на земельних ділянках, наданих їм для ведення фермерського господарства, відповідно до закону. Фермерське господарство може бути створене одним громадянином України або кількома громадянами України, які є родичами або членами сім'ї. В Україні перші селянські (фермерські) господарства з'явилися у 1991 р., на початок 2009 року їх кількість досягла 50,1 тис., але на 1.07. 2011 зменшилась до 49,4 тис.

Як показує світова практика, одноособові володіння в основній масі малі та середні, але можуть бути і гігантами сімейного типу. Так, на початковому етапі своєї діяльності до цієї форми господарювання належали фірми Круппа, Ротшильдів, Оліветті, Форда, Гейтса ; в процесі розвитку такі великі підприємства як правило перетворюються на корпоративну форму.

Американський журнал Форбс регулярно публікує переліки найбагатших людей в світі. У 2010 році найбагатша людина в світі – це Карлос Слім Елу – 70-річний бізнесмен з Мексики, телекомунікаційний магнат, що володіє корпорацією TelMex (Telefonos de Mexico).



На фото – Карлос Слім Елу, найбагатша людина в світі в 2010 році.











На правому фото – разом з Білом Гейтсом беруть участь в прес-конференції.



Українців серед 50 надбагатіїв світу не виявилось, проте там є троє росіян. Найбагатшою людиною з Росії 2010 року виявився Володимир Лісин, власник металургійного комбінату. Його статок \$15,8 млрд. дозволив зайняти 32 місце в списку Форбс.

У таблиці 4.10 наведені десять найбагатших людей в світі в 2010 році за версією журналу Форбс [175].

Таблиця 4.9 – Десять найбагатших людей в світі в 2010 році











Місце	Ім'я, прізвище мільярдера	Статок, млрд. \$	Країна
1	Карлос Слім Елу	\$53,5 ↑	 Мексика
2	Біл Гейтс	\$53,0 ↑	 США
3	Уоррен Баффет	\$47,0 ↑	 США
4	Мукеш Амбані	\$29,0 ↑	 Індія
5	Лакшмі Міттал	\$28,7 ↑	 Індія
6	Лоуренс Еллісон	\$28,0 ↑	 США
7	Бернар Арно	\$27,5 ↑	 Франція
8	Ейке Батіста	\$27,0 ↑	 Бразилія
9	Амансио Ортега	\$25,0 ↑	 Іспанія
10	Карл Альбрехт	\$23,5 ↑	 Німеччина
↑ – означає, що за рік статок мільярдера збільшився			

У 2010 році в світі налічувалося 1,011 мільярдів. Ці титани тримають під повним контролем світову економіку, починаючи від енергії і сталі, закінчуючи модою і телекомунікаціями.

Засновник і розробник популярної мережі Facebook – Марк Цукерберг – став наймолодшим мільярдером в історії. У 2010 році він визнаний людиною року за версією американського журналу Time. Як пояснює видання, 26-річний мільярдер був обраний персоною року за те, що «об'єднав більше півмільярда чоловік і намалював карту соціальних стосунків між ними, створив нову систему обміну інформацією, і змінив наше життя». В 2010 році число користувачів Facebook перевищило 500 млн чоловік, а фігуру Цукерберга «міфологізував» Голлівуд – восени на екрані вийшов фільм «Соціальна мережа» про історію створення і розвитку Facebook. При всьому цьому, отримавши статус мільярдера, сам Цукерберг не змінив свій спосіб життя. По-студентсь-



Таблиця 4.9 – Десять найбагатших людей в світі в 2010 році

Місце	Ім'я, прізвище мільярдера	Статок, млрд. \$	Країна
1	Карлос Слім Елу	\$53,5 ↑	 Мексика
2	Біл Гейтс	\$53,0 ↑	 США
3	Уоррен Баффет	\$47,0 ↑	 США
4	Мукеш Амбані	\$29,0 ↑	 Індія
5	Лакшмі Міттал	\$28,7 ↑	 Індія
6	Лоуренс Еллісон	\$28,0 ↑	 США
7	Бернар Арно	\$27,5 ↑	 Франція
8	Ейке Батіста	\$27,0 ↑	 Бразилія
9	Амансио Ортега	\$25,0 ↑	 Іспанія
10	Карл Альбрехт	\$23,5 ↑	 Німеччина
↑ – означає, що за рік статок мільярдера збільшився			

У 2010 році в світі налічувалося 1,011 мільярдів. Ці титани тримають під повним контролем світову економіку, починаючи від енергії і сталі, закінчуючи модою і телекомунікаціями.

Засновник і розробник популярної мережі Facebook – Марк Цукерберг – став наймолодшим мільярдером в історії. У 2010 році він визнаний людиною року за версією американського журналу Time. Як пояснює видання, 26-річний мільярдер був обраний персоною року за те, що «об'єднав більше півмільярда чоловік і намалював карту соціальних стосунків між ними, створив нову систему обміну інформацією, і змінив наше життя». В 2010 році число користувачів Facebook перевищило 500 млн чоловік, а фігуру Цукерберга «міфологізував» Голлівуд – восени на екрані вийшов фільм «Соціальна мережа» про історію створення і розвитку Facebook. При всьому цьому, отримавши статус мільярдера, сам Цукерберг не змінив свій спосіб життя. По-студентсь-



ки звично він знімає житло (квартиру) з мінімумом зручностей, де немає навіть ліжка, і спить на матраці на підлозі. Все також він носить звичайні речі і пішки ходить на роботу в свій офіс.

Десять найбагатших людей в Україні за рейтингом українського журналу «Фокус» [182] наведено у таблиці 4.10.

Таблиця 4.10 – Десять найбагатших людей в Україні

Місце	Ім'я, прізвище	Компанія	Статок на 03.2010 р. млн.\$	Статок на 03.2009 р. млн.\$
1	Рінат Ахметов	Група СКМ	7 520	3 683
2	Ігор Коломойський	Група «Приват»	2 950	2 294
3	Віктор Пінчук	EastOne LLC	2 860	3 522
4	Геннадій Боголюбов	Група «Приват»	2 740	2 168
5	Володимир Бойко	ММК ім. Ілліча	1 660	743,5
6	Вадим Новінський	«Смарт Холдинг»	1 650	671,2
7	Костянтин Жеваго	Ferrexpo	1 300	969,8
8	Костянтин Грігорішин	«Енергетичний стандарт»	1 100	554,5
9	Юрій Косюк	«Миронівський хлібопродукт»	930,0	324,5
10	Леонід Юрушев	Компанія «Ярославов вал»	810,0	663,2

Однак більшість одноособових володінь є невеликими та створюються найчастіше у таких сферах діяльності:

- місцева роздрібна торгівля (власники кондитерських, ресторанів, гастрономів, м'ясних, овочевих, фруктових, тютюнових лавок, магазинів залізних виробів);

- невеликі сільськогосподарські ферми, сади;

- об'єкти місцевої сфери обслуговування (перукарні, служба побуту, майстерні з ремонту побутової техніки та автомобілів);

- місцеве виробництво.

Одноособові фірми є найбільш розповсюдженою формою організації бізнесу у розвинутих країнах. Наприклад, в США 70–80% усіх підприємницьких фірм є одноособовими володіннями, але їх частка в обсязі продажу становить від 10 до 15%, тому що в середньому одноособові фірми за своїм розміром менші, ніж фірми інших типів.

ки звично він знімає житло (квартиру) з мінімумом зручностей, де немає навіть ліжка, і спить на матраці на підлозі. Все також він носить звичайні речі і пішки ходить на роботу в свій офіс.

Десять найбагатших людей в Україні за рейтингом українського журналу «Фокус» [182] наведено у таблиці 4.10.

Таблиця 4.10 – Десять найбагатших людей в Україні

Місце	Ім'я, прізвище	Компанія	Статок на 03.2010 р. млн.\$	Статок на 03.2009 р. млн.\$
1	Рінат Ахметов	Група СКМ	7 520	3 683
2	Ігор Коломойський	Група «Приват»	2 950	2 294
3	Віктор Пінчук	EastOne LLC	2 860	3 522
4	Геннадій Боголюбов	Група «Приват»	2 740	2 168
5	Володимир Бойко	ММК ім. Ілліча	1 660	743,5
6	Вадим Новінський	«Смарт Холдинг»	1 650	671,2
7	Костянтин Жеваго	Ferrexpo	1 300	969,8
8	Костянтин Грігорішин	«Енергетичний стандарт»	1 100	554,5
9	Юрій Косюк	«Миронівський хлібопродукт»	930,0	324,5
10	Леонід Юрушев	Компанія «Ярославов вал»	810,0	663,2

Однак більшість одноособових володінь є невеликими та створюються найчастіше у таких сферах діяльності:

- місцева роздрібна торгівля (власники кондитерських, ресторанів, гастрономів, м'ясних, овочевих, фруктових, тютюнових лавок, магазинів залізних виробів);

- невеликі сільськогосподарські ферми, сади;

- об'єкти місцевої сфери обслуговування (перукарні, служба побуту, майстерні з ремонту побутової техніки та автомобілів);

- місцеве виробництво.

Одноособові фірми є найбільш розповсюдженою формою організації бізнесу у розвинутих країнах. Наприклад, в США 70–80% усіх підприємницьких фірм є одноособовими володіннями, але їх частка в обсязі продажу становить від 10 до 15%, тому що в середньому одноособові фірми за своїм розміром менші, ніж фірми інших типів.

У найменуванні одноособової фірми, як правило, вказується прізвище засновника або його прізвище та профіль підприємства. Наприклад, «Петренко, роздрібна торгівля».

При виборі та обґрунтуванні доцільності застосування тієї чи іншої організаційної форми майбутньої справи її засновник розглядає та порівнює переваги та недоліки різних організаційно-правових форм підприємства. Одноособове володіння має свої переваги і недоліки.

Перевагами одноособового володіння є [54, 56, 131, 141, 158]:

- відносна простота заснування (для реєстрації потрібна тільки заява), невеликі організаційні витрати;
- повна самостійність, свобода і оперативність підприємницьких дій (немає необхідності втрачати час на погодження з партнером для прийняття рішення);
- потужний безпосередній стимул для напруженої та ефективної праці (праця на себе);
- забезпечення конфіденційності діяльності, збереження комерційної таємниці;
- виробництво продукції невеликими партіями з урахуванням особистих потреб та смаків клієнтів;
- можливість розташовування фірми у малонаселених та важкодоступних регіонах.

Проте, ця форма підприємництва має певні **недоліки**:

– труднощі із залученням великих капіталів, в той час як власних фінансових ресурсів одноособового підприємця здебільшого не вистачає для розвитку справи. Через високий рівень ризику, значну імовірність банкрутства комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагають більш високу плату за користування ними. Наслідком є обмежені масштаби виробництва і тому висока собівартість, ціна продукції і як результат низька конкурентоспроможність фірми;

– повна (необмежена) відповідальність власника за борги фірми. Це означає, що у випадку невдалого господарювання власник може втратити усе власне майно, яке піде на сплату боргів кредиторам, якщо активів підприємства не вистачить;

– відсутність спеціалізованого менеджменту. Здійснюючи повний контроль за діяльністю підприємства, власник повинен сам виконувати всі управлінські функції (фінансову, постачання, залучення персоналу, організацію виробництва, рекламу, збут). Але людські здібності, як правило, обмежені, підприємцю також може не вистачити знань, навичок та часу для виконання всіх функцій. Наприклад, йому вдається діяльність зі збуту товару, але важко вирішувати фінансові проблеми. Тому доводиться звертатись за консультацією, залучати спеціалістів, що потребує великих коштів;

У найменуванні одноособової фірми, як правило, вказується прізвище засновника або його прізвище та профіль підприємства. Наприклад, «Петренко, роздрібна торгівля».

При виборі та обґрунтуванні доцільності застосування тієї чи іншої організаційної форми майбутньої справи її засновник розглядає та порівнює переваги та недоліки різних організаційно-правових форм підприємства. Одноособове володіння має свої переваги і недоліки.

Перевагами одноособового володіння є [54, 56, 131, 141, 158]:

- відносна простота заснування (для реєстрації потрібна тільки заява), невеликі організаційні витрати;
- повна самостійність, свобода і оперативність підприємницьких дій (немає необхідності втрачати час на погодження з партнером для прийняття рішення);
- потужний безпосередній стимул для напруженої та ефективної праці (праця на себе);
- забезпечення конфіденційності діяльності, збереження комерційної таємниці;
- виробництво продукції невеликими партіями з урахуванням особистих потреб та смаків клієнтів;
- можливість розташовування фірми у малонаселених та важкодоступних регіонах.

Проте, ця форма підприємництва має певні **недоліки**:

– труднощі із залученням великих капіталів, в той час як власних фінансових ресурсів одноособового підприємця здебільшого не вистачає для розвитку справи. Через високий рівень ризику, значну імовірність банкрутства комерційні банки неохоче надають таким підприємцям великі кредити, вимагають більш високу плату за користування ними. Наслідком є обмежені масштаби виробництва і тому висока собівартість, ціна продукції і як результат низька конкурентоспроможність фірми;

– повна (необмежена) відповідальність власника за борги фірми. Це означає, що у випадку невдалого господарювання власник може втратити усе власне майно, яке піде на сплату боргів кредиторам, якщо активів підприємства не вистачить;

– відсутність спеціалізованого менеджменту. Здійснюючи повний контроль за діяльністю підприємства, власник повинен сам виконувати всі управлінські функції (фінансову, постачання, залучення персоналу, організацію виробництва, рекламу, збут). Але людські здібності, як правило, обмежені, підприємцю також може не вистачити знань, навичок та часу для виконання всіх функцій. Наприклад, йому вдається діяльність зі збуту товару, але важко вирішувати фінансові проблеми. Тому доводиться звертатись за консультацією, залучати спеціалістів, що потребує великих коштів;

– висока залежність діяльності фірми від зовнішнього середовища. Зокрема, від'їзд населення з місця знаходження підприємства, зростання безробіття, збільшення кількості власників автомобілів може призвести до скорочення кількості постійних клієнтів.

– для одноособового власника є проблемою використання вихідних днів, відпустки, лікарняних.

– спадкоємцям власника доводиться сплачувати великі податки на спадщину.

Через вищевказане одноосібні володіння у країнах з ринковою економікою є досить поширеною і водночас найменш стійкою формою організації. Щороку значна кількість їх як виникає, так і припиняє свою діяльність.

В Україні найбільша кількість приватних підприємств створена у сфері торгівлі, послуг, переробній промисловості, будівництві.

4.6.2 Види господарських товариств

Діяльність господарських товариств в Україні регулюється Господарським Кодексом, законом «Про господарські товариства», законом «Про акціонерні товариства».

Згідно із законодавством, **господарськими товариствами** визнаються підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку. В окремих випадках господарське товариство може діяти у складі одного учасника.

Господарські товариства є юридичними особами. Суб'єкти господарювання – юридичні особи, які стали засновниками або учасниками господарського товариства, зберігають статус юридичної особи.

Учасники господарського товариства **мають право**:

– брати участь в управлінні справами товариства в порядку, визначеному в установчих документах;

– брати участь у розподілі прибутку товариства та одержувати його частку (дивіденди);

– одержувати інформацію про товариство. На вимогу учасника товариство зобов'язане надати йому для ознайомлення річні баланси, звіти про фінансово-господарську діяльність товариства, протоколи ревізійної комісії, протоколи зборів органів управління товариства тощо;

– вийти в передбаченому установчими документами порядку зі складу товариства.

Учасники господарського товариства **зобов'язані**:

– додержуватися вимог установчих документів товариства, виконувати рішення його органів управління;

– висока залежність діяльності фірми від зовнішнього середовища. Зокрема, від'їзд населення з місця знаходження підприємства, зростання безробіття, збільшення кількості власників автомобілів може призвести до скорочення кількості постійних клієнтів.

– для одноособового власника є проблемою використання вихідних днів, відпустки, лікарняних.

– спадкоємцям власника доводиться сплачувати великі податки на спадщину.

Через вищевказане одноосібні володіння у країнах з ринковою економікою є досить поширеною і водночас найменш стійкою формою організації. Щороку значна кількість їх як виникає, так і припиняє свою діяльність.

В Україні найбільша кількість приватних підприємств створена у сфері торгівлі, послуг, переробній промисловості, будівництві.

4.6.2 Види господарських товариств

Діяльність господарських товариств в Україні регулюється Господарським Кодексом, законом «Про господарські товариства», законом «Про акціонерні товариства».

Згідно із законодавством, **господарськими товариствами** визнаються підприємства або інші суб'єкти господарювання, створені юридичними особами та/або громадянами шляхом об'єднання їх майна і участі в підприємницькій діяльності товариства з метою одержання прибутку. В окремих випадках господарське товариство може діяти у складі одного учасника.

Господарські товариства є юридичними особами. Суб'єкти господарювання – юридичні особи, які стали засновниками або учасниками господарського товариства, зберігають статус юридичної особи.

Учасники господарського товариства **мають право**:

– брати участь в управлінні справами товариства в порядку, визначеному в установчих документах;

– брати участь у розподілі прибутку товариства та одержувати його частку (дивіденди);

– одержувати інформацію про товариство. На вимогу учасника товариства зобов'язане надати йому для ознайомлення річні баланси, звіти про фінансово-господарську діяльність товариства, протоколи ревізійної комісії, протоколи зборів органів управління товариства тощо;

– вийти в передбаченому установчими документами порядку зі складу товариства.

Учасники господарського товариства **зобов'язані**:

– додержуватися вимог установчих документів товариства, виконувати рішення його органів управління;

- вносити вклади (оплачувати акції) у розмірі, порядку та коштами (засобами), що передбачені установчими документами;
- не розголошувати комерційну таємницю та конфіденційну інформацію про діяльність товариства.

Вкладами учасників та засновників господарського товариства можуть бути будинки, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності, цінні папери, права користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будинками, спорудами, а також інші майнові права (включаючи майнові права на об'єкти інтелектуальної власності), кошти, в тому числі в іноземній валюті. Забороняється використовувати для формування статутного (складеного) капіталу товариства бюджетні кошти, кошти, одержані в кредит та під заставу, векселі, майно державних (комунальних) підприємств, яке не підлягає приватизації. Фінансовий стан засновників – юридичних осіб щодо їх спроможності здійснити відповідні внески до статутного (складеного) капіталу господарського товариства має бути перевірений незалежним аудитором (аудиторською організацією), а майновий стан засновників – громадян має бути підтверджений довідкою органу державної податкової служби про подану декларацію про майновий стан і доходи (податкову декларацію).

Сума вкладів засновників та учасників господарського товариства становить статутний(складений) капітал товариства. Вклад, оцінений у гривнях, становить частку учасника та засновника у статутному капіталі товариства. У господарському товаристві створюються резервний (страховий) фонд у розмірі, встановленому установчими документами, але не менш як п'ятнадцять відсотків статутного капіталу, а також інші фонди, передбачені законодавством України або установчими документами товариства. Розмір щорічних відрахувань до резервного (страхового) фонду передбачається установчими документами, але не може бути меншим п'яти відсотків суми прибутку товариства.

Управління діяльністю господарського товариства здійснюють його органи та посадові особи, склад і порядок обрання (призначення) яких визначається залежно від виду товариства, а у певних випадках – учасники товариства. Посадовими особами товариства визнаються голова та члени виконавчого органу, голова ревізійної комісії (ревізор), а у разі створення ради товариства (спостережної ради) – голова і члени цієї ради.

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

Повне та командитне товариство утворюються та діють на основі установчого (засновницького) договору. Товариство з обмеженою та додатковою відповідальністю, акціонерне товариство діють на основі установчого договору та статуту. Господарське товариство може створюватися та діяти на підставі модельного статуту.

- вносити вклади (оплачувати акції) у розмірі, порядку та коштами (засобами), що передбачені установчими документами;
- не розголошувати комерційну таємницю та конфіденційну інформацію про діяльність товариства.

Вкладами учасників та засновників господарського товариства можуть бути будинки, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності, цінні папери, права користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будинками, спорудами, а також інші майнові права (включаючи майнові права на об'єкти інтелектуальної власності), кошти, в тому числі в іноземній валюті. Забороняється використовувати для формування статутного (складеного) капіталу товариства бюджетні кошти, кошти, одержані в кредит та під заставу, векселі, майно державних (комунальних) підприємств, яке не підлягає приватизації. Фінансовий стан засновників – юридичних осіб щодо їх спроможності здійснити відповідні внески до статутного (складеного) капіталу господарського товариства має бути перевірений незалежним аудитором (аудиторською організацією), а майновий стан засновників – громадян має бути підтверджений довідкою органу державної податкової служби про подану декларацію про майновий стан і доходи (податкову декларацію).

Сума вкладів засновників та учасників господарського товариства становить статутний(складений) капітал товариства. Вклад, оцінений у гривнях, становить частку учасника та засновника у статутному капіталі товариства. У господарському товаристві створюються резервний (страховий) фонд у розмірі, встановленому установчими документами, але не менш як п'ятнадцять відсотків статутного капіталу, а також інші фонди, передбачені законодавством України або установчими документами товариства. Розмір щорічних відрахувань до резервного (страхового) фонду передбачається установчими документами, але не може бути меншим п'яти відсотків суми прибутку товариства.

Управління діяльністю господарського товариства здійснюють його органи та посадові особи, склад і порядок обрання (призначення) яких визначається залежно від виду товариства, а у певних випадках – учасники товариства. Посадовими особами товариства визнаються голова та члени виконавчого органу, голова ревізійної комісії (ревізор), а у разі створення ради товариства (спостережної ради) – голова і члени цієї ради.

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

Повне та командитне товариство утворюються та діють на основі установчого (засновницького) договору. Товариство з обмеженою та додатковою відповідальністю, акціонерне товариство діють на основі установчого договору та статуту. Господарське товариство може створюватися та діяти на підставі модельного статуту.

Найменування товариства повинно містити відомості про його організаційно-правову форму (вид товариства), назву, а також інші відомості. Найменування господарського товариства не може вказувати на належність товариства до органів державної влади чи органів місцевого самоврядування.

За міжнародною класифікацією повні та командитні товариства належать до **персональних товариств (партнерств)**. Персональне товариство – це об'єднання зусиль та капіталів фізичних та/або юридичних осіб за умов розподілу прибутків і збитків, спільного прийняття рішень, активної особистої участі у веденні справ. Всі або частина учасників персонального товариства несуть необмежену відповідальність за його зобов'язаннями всім своїм майном, що включає вклад до капіталу товариства та особисте майно учасника (квартира, садиба, автомобіль та ін.).

В Україні учасниками повного товариства, повними учасниками командитного товариства можуть бути лише особи, зареєстровані як суб'єкти підприємництва.

Персональні товариства (партнерства) – менш поширена форма організації бізнесу порівняно з одноособовим підприємництвом. В США на партнерства припадає приблизно 10% загальної кількості форм та 4% обсягу продажу.

Переваги партнерств (персональних товариств) [54, 56, 131, 141, 158]:

- партнерство легше заснувати порівняно з акціонерним товариством;
- об'єднання капіталів кількох партнерів дозволяє збільшити масштаби виробництва, зменшити ризик, спрощує одержання кредитів;
- застосування функціональної спеціалізації партнерів за напрямками діяльності;
- розподіл відповідальності при прийнятті рішень і тому зменшення психологічного стресу учасників порівняно з індивідуальним підприємцем;
- закритість (забезпечення конфіденційності діяльності – не потрібні публічні фінансові звіти, як у відкритому акціонерному товаристві).

Однак, персональне товариство не тільки не може подолати недосконалість одноособового володіння, а й породжує такі нові **проблеми**, як:

- необмежена солідарна відповідальність партнерів за борги товариства. Кожний партнер несе відповідальність всім своїм майном не тільки за результат власних управлінських рішень, але і за наслідки дій будь-якого іншого партнера (кожний відповідає за всіх);
- невисока оперативність прийняття колективних рішень всіма учасниками товариства (окрім випадків делегування повноважень). Також можлива несумісність інтересів та неузгодженість дій;
- обмеженість фінансових ресурсів товариства через невелику чисельність партнерів;
- бюрократизм, пов'язаний із забезпеченням спадкоємності. Вихід із товариства, смерть партнера потребують реорганізації фірми, що збіль-

Найменування товариства повинно містити відомості про його організаційно-правову форму (вид товариства), назву, а також інші відомості. Найменування господарського товариства не може вказувати на належність товариства до органів державної влади чи органів місцевого самоврядування.

За міжнародною класифікацією повні та командитні товариства належать до **персональних товариств (партнерств)**. Персональне товариство – це об'єднання зусиль та капіталів фізичних та/або юридичних осіб за умов розподілу прибутків і збитків, спільного прийняття рішень, активної особистої участі у веденні справ. Всі або частина учасників персонального товариства несуть необмежену відповідальність за його зобов'язаннями всім своїм майном, що включає вклад до капіталу товариства та особисте майно учасника (квартира, садиба, автомобіль та ін.).

В Україні учасниками повного товариства, повними учасниками командитного товариства можуть бути лише особи, зареєстровані як суб'єкти підприємництва.

Персональні товариства (партнерства) – менш поширена форма організації бізнесу порівняно з одноособовим підприємництвом. В США на партнерства припадає приблизно 10% загальної кількості форм та 4% обсягу продажу.

Переваги партнерств (персональних товариств) [54, 56, 131, 141, 158]:

- партнерство легше заснувати порівняно з акціонерним товариством;
- об'єднання капіталів кількох партнерів дозволяє збільшити масштаби виробництва, зменшити ризик, спрощує одержання кредитів;
- застосування функціональної спеціалізації партнерів за напрямками діяльності;
- розподіл відповідальності при прийнятті рішень і тому зменшення психологічного стресу учасників порівняно з індивідуальним підприємцем;
- закритість (забезпечення конфіденційності діяльності – не потрібні публічні фінансові звіти, як у відкритому акціонерному товаристві).

Однак, персональне товариство не тільки не може подолати недосконалість одноособового володіння, а й породжує такі нові **проблеми**, як:

- необмежена солідарна відповідальність партнерів за борги товариства. Кожний партнер несе відповідальність всім своїм майном не тільки за результат власних управлінських рішень, але і за наслідки дій будь-якого іншого партнера (кожний відповідає за всіх);
- невисока оперативність прийняття колективних рішень всіма учасниками товариства (окрім випадків делегування повноважень). Також можлива несумісність інтересів та неузгодженість дій;
- обмеженість фінансових ресурсів товариства через невелику чисельність партнерів;
- бюрократизм, пов'язаний із забезпеченням спадкоємності. Вихід із товариства, смерть партнера потребують реорганізації фірми, що збіль-

шу підприємницький ризик. Тому персональне товариство є порівняно нестійкою організаційно-правовою формою підприємництва.

Розглянемо **види персональних товариств**, що базуються на особистій участі власників (всіх або частини) у діяльності фірми та необмеженій їх відповідальності.

Згідно із законодавством України, **повним товариством** є господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном. Особа може бути учасником тільки одного повного товариства.

Розмір частки кожного з учасників, порядок внесення вкладів, розподіл прибутків і збитків, повноваження партнерів визначаються в установчому договорі. Прибутки та збитки можуть розподілятися порівну, або партнери домовляються про інший порядок розподілу. Звичайно партнери, якікладають більшу частку капіталу, мають і більшу частку прибутку. Так, у Німеччині існує така практика: 4 % прибутку поділяється залежно від частки капіталу, решта – порівну.

Ведення справ повного товариства здійснюється за загальною згодою всіх учасників. Ведення справ товариства може здійснюватися або всіма учасниками, або одним чи кількома з них, які виступають від імені товариства. В останньому випадку обсяг повноважень учасників визначається дорученням, яке повинно бути підписано рештою учасників. Якщо в установчому договорі визначаються декілька учасників, які наділяються повноваженнями на ведення справ, то передбачається, що кожен з них може діяти від імені товариства самостійно. В установчому договорі може бути відзначено, що такі учасники мають право вчиняти відповідні дії лише спільно. Доручення може бути скасовано за вимогою принаймні одного з учасників.

Звичайно рішення поточних питань приймаються більшістю голосів, а головні питання вимагають одностайного рішення.

Учасник може передати свою частку іншим особам тільки за згодою всіх партнерів. При реорганізації юридичної особи, учасника повного товариства, або смерті громадянина, учасника повного товариства, правонаступник (спадкоємець) має переважне право вступу до товариства за згодою решти учасників. У разі відмови правонаступника (спадкоємця) від вступу до повного товариства або відмови товариства у прийнятті правонаступника (спадкоємця) йому виплачують вартість частки.

Учасник повного товариства, що було створено на невизначений строк, може в будь-який час вийти з товариства, попередивши про це не пізніше як за 3 місяці. Вихід із товариства, що було створено на визначений строк, допускається лише при наявності поважних причин та за умови, що попередження про це надійшло не пізніше як за 6 місяців.

шу підприємницький ризик. Тому персональне товариство є порівняно нестійкою організаційно-правовою формою підприємництва.

Розглянемо **види персональних товариств**, що базуються на особистій участі власників (всіх або частини) у діяльності фірми та необмеженій їх відповідальності.

Згідно із законодавством України, **повним товариством** є господарське товариство, всі учасники якого відповідно до укладеного між ними договору здійснюють підприємницьку діяльність від імені товариства і несуть додаткову солідарну відповідальність за зобов'язаннями товариства усім своїм майном. Особа може бути учасником тільки одного повного товариства.

Розмір частки кожного з учасників, порядок внесення вкладів, розподіл прибутків і збитків, повноваження партнерів визначаються в установчому договорі. Прибутки та збитки можуть розподілятися порівну, або партнери домовляються про інший порядок розподілу. Звичайно партнери, якікладають більшу частку капіталу, мають і більшу частку прибутку. Так, у Німеччині існує така практика: 4 % прибутку поділяється залежно від частки капіталу, решта – порівну.

Ведення справ повного товариства здійснюється за загальною згодою всіх учасників. Ведення справ товариства може здійснюватися або всіма учасниками, або одним чи кількома з них, які виступають від імені товариства. В останньому випадку обсяг повноважень учасників визначається дорученням, яке повинно бути підписано рештою учасників. Якщо в установчому договорі визначаються декілька учасників, які наділяються повноваженнями на ведення справ, то передбачається, що кожен з них може діяти від імені товариства самостійно. В установчому договорі може бути відзначено, що такі учасники мають право вчиняти відповідні дії лише спільно. Доручення може бути скасовано за вимогою принаймні одного з учасників.

Звичайно рішення поточних питань приймаються більшістю голосів, а головні питання вимагають одностайного рішення.

Учасник може передати свою частку іншим особам тільки за згодою всіх партнерів. При реорганізації юридичної особи, учасника повного товариства, або смерті громадянина, учасника повного товариства, правонаступник (спадкоємець) має переважне право вступу до товариства за згодою решти учасників. У разі відмови правонаступника (спадкоємця) від вступу до повного товариства або відмови товариства у прийнятті правонаступника (спадкоємця) йому виплачують вартість частки.

Учасник повного товариства, що було створено на невизначений строк, може в будь-який час вийти з товариства, попередивши про це не пізніше як за 3 місяці. Вихід із товариства, що було створено на визначений строк, допускається лише при наявності поважних причин та за умови, що попередження про це надійшло не пізніше як за 6 місяців.

Учаснику виплачується вартість його внеску та належна йому частина прибутку, одержаного товариством у даному році.

Учасника повного товариства, який систематично не виконує чи неналежним чином виконує обов'язки або перешкоджає своїми діями досягненню цілей товариства, може бути виключено з товариства в порядку, передбаченому установчими документами.

В деяких країнах число партнерів обмежено законодавством (наприклад, у Великобританії – до 20 чоловік).

Якщо при ліквідації повного товариства виявиться, що наявного майна не вистачає для сплати всіх боргів, за товариство несуть солідарну відповідальність його учасники всім своїм майном, незалежно від того, хто конкретно винен. Учасник, який сплатить повністю борги товариства, вправі звернутись з регресною вимогою до інших учасників.

Згідно із законодавством ряду країн повне товариство не є юридичною особою, а його учасники зберігають самостійність. За законодавством України повне товариство є юридичною особою.

Найменування повного товариства повинно містити прізвища (найменування) всіх його учасників, слова «повне товариство» або містити прізвище (найменування) одного чи кількох учасників з доданням слів «і компанія», а також слів «повне товариство». Наприклад, «Іванов і Петренко», «Ткачук і компанія», «Smiht & Co», «Proctor & Gamble» (знак & – комерційна сума).

Повні товариства часто застосовуються при створенні фірм, що надають послуги фахівців (адвокатів, бухгалтерів, медиків тощо). Навіть професійні асоціації забороняють своїм учасникам створювати компанії з обмеженою відповідальністю, оскільки особиста повна відповідальність передбачає гарантію високого рівня професіоналізму, в той же час ризик невдачі у фінансовому відношенні у таких професійних галузях, як, наприклад, медицина, бухгалтерській облік, є порівняно невеликим.

У виробничій сфері повні товариства – це, як правило, невеликі сімейні підприємства, де фінансовий ризик невеликий. Для більш масштабних виробничих або торговельних підприємств, де відповідно і ризик більший, частіше застосовується форма товариства з обмеженою відповідальністю. Так на початок 2001 р. в Україні співвідношення між кількістю повних товариств та товариств з обмеженою відповідальністю становило 1:111, а на 1.07.2011 р. – 1:216.

Друга форма персонального товариства – командитне. **Командитним товариством** визнається товариство, в якому разом з одним або більше учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників), та які не беруть участі в управлінні діяльністю товариства.

Учаснику виплачується вартість його внеску та належна йому частина прибутку, одержаного товариством у даному році.

Учасника повного товариства, який систематично не виконує чи неналежним чином виконує обов'язки або перешкоджає своїми діями досягненню цілей товариства, може бути виключено з товариства в порядку, передбаченому установчими документами.

В деяких країнах число партнерів обмежено законодавством (наприклад, у Великобританії – до 20 чоловік).

Якщо при ліквідації повного товариства виявиться, що наявного майна не вистачає для сплати всіх боргів, за товариство несуть солідарну відповідальність його учасники всім своїм майном, незалежно від того, хто конкретно винен. Учасник, який сплатить повністю борги товариства, вправі звернутись з регресною вимогою до інших учасників.

Згідно із законодавством ряду країн повне товариство не є юридичною особою, а його учасники зберігають самостійність. За законодавством України повне товариство є юридичною особою.

Найменування повного товариства повинно містити прізвища (найменування) всіх його учасників, слова «повне товариство» або містити прізвище (найменування) одного чи кількох учасників з доданням слів «і компанія», а також слів «повне товариство». Наприклад, «Іванов і Петренко», «Ткачук і компанія», «Smiht & Co», «Proctor & Gamble» (знак & – комерційна сума).

Повні товариства часто застосовуються при створенні фірм, що надають послуги фахівців (адвокатів, бухгалтерів, медиків тощо). Навіть професійні асоціації забороняють своїм учасникам створювати компанії з обмеженою відповідальністю, оскільки особиста повна відповідальність передбачає гарантію високого рівня професіоналізму, в той же час ризик невдачі у фінансовому відношенні у таких професійних галузях, як, наприклад, медицина, бухгалтерській облік, є порівняно невеликим.

У виробничій сфері повні товариства – це, як правило, невеликі сімейні підприємства, де фінансовий ризик невеликий. Для більш масштабних виробничих або торговельних підприємств, де відповідно і ризик більший, частіше застосовується форма товариства з обмеженою відповідальністю. Так на початок 2001 р. в Україні співвідношення між кількістю повних товариств та товариств з обмеженою відповідальністю становило 1:111, а на 1.07.2011 р. – 1:216.

Друга форма персонального товариства – командитне. **Командитним товариством** визнається товариство, в якому разом з одним або більше учасниками, які здійснюють від імені товариства підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, є один або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства (вкладників), та які не беруть участі в управлінні діяльністю товариства.

Таким чином, до командитного товариства входять **дійсні (повні) учасники** з необмеженою (повною) відповідальністю і **учасники-вкладники** з обмеженою відповідальністю, які не беруть участі в управлінні діяльністю товариства. Особа може бути повним учасником тільки в одному товаристві.

В деяких країнах (Росія, Великобританія) командитне товариство називають змішаним товариством. На початку ХХ ст. в Росії командитне товариство мало назву «товариство на довірі».

Вкладник може вступити до командитного товариства шляхом внесення грошових або матеріальних вкладів. Вкладник командитного товариства має право вимагати першочергового повернення вкладу в разі ліквідації товариства; вийти з товариства та одержати свій вклад, передати свою частку (її частину) у складеному капіталі іншому вкладнику або третій особі, повідомивши про це товариство. Сукупний розмір часток вкладників не повинен перевищувати 50 % майна товариства, зазначеного в установчому договорі.

Управління справами командитного товариства здійснюється тільки повними учасниками. У командитному товаристві, де є тільки один повний учасник, управління справами здійснюється цим учасником самостійно.

Командитне товариство припиняється у разі вибуття всіх учасників з повною відповідальністю. Командитне товариство ліквідується у разі вибуття усіх вкладників. Повні учасники командитного товариства у разі вибуття всіх вкладників мають право перетворити командитне товариство у повне товариство.

Наявні у командитного товариства грошові кошти, включаючи і виручку від продажу його майна при ліквідації, після розрахунків по оплаті праці найманих працівників товариства і виконання обов'язків перед банками, бюджетом, іншими кредиторами у першу чергу розподіляються між вкладниками для повернення їм їх вкладів, а потім між учасниками з повною відповідальністю.

Найменування командитних товариств повинно містити прізвища (найменування) всіх повних його учасників, слова «командитне товариство» або містити прізвище (найменування) хоча б одного повного учасника з доданням слів «і компанія», а також слів «командитне товариство». Якщо у найменування командитного товариства включене ім'я вкладника, такий вкладник стає повним учасником товариства.

Командитне товариство застосовується в світовій практиці як спосіб акумуляції капіталів, з одного боку, громадян (організацій), які бажають реалізувати ділові проекти, але не мають достатніх коштів, а з іншого боку, громадян (фірм), які бажають вкласти свої капітали в справу, але не мають привабливих проектів. Вкладник може у будь-який момент вийти із справи зі своїм вкладом. У деяких випадках командитні товариства використовуються для «відмивання» тінювих капіталів.

Таким чином, до командитного товариства входять **дійсні (повні) учасники** з необмеженою (повною) відповідальністю і **учасники-вкладники** з обмеженою відповідальністю, які не беруть участі в управлінні діяльністю товариства. Особа може бути повним учасником тільки в одному товаристві.

В деяких країнах (Росія, Великобританія) командитне товариство називають змішаним товариством. На початку ХХ ст. в Росії командитне товариство мало назву «товариство на довірі».

Вкладник може вступити до командитного товариства шляхом внесення грошових або матеріальних вкладів. Вкладник командитного товариства має право вимагати першочергового повернення вкладу в разі ліквідації товариства; вийти з товариства та одержати свій вклад, передати свою частку (її частину) у складеному капіталі іншому вкладнику або третій особі, повідомивши про це товариство. Сукупний розмір часток вкладників не повинен перевищувати 50 % майна товариства, зазначеного в установчому договорі.

Управління справами командитного товариства здійснюється тільки повними учасниками. У командитному товаристві, де є тільки один повний учасник, управління справами здійснюється цим учасником самостійно.

Командитне товариство припиняється у разі вибуття всіх учасників з повною відповідальністю. Командитне товариство ліквідується у разі вибуття усіх вкладників. Повні учасники командитного товариства у разі вибуття всіх вкладників мають право перетворити командитне товариство у повне товариство.

Наявні у командитного товариства грошові кошти, включаючи і виручку від продажу його майна при ліквідації, після розрахунків по оплаті праці найманих працівників товариства і виконання обов'язків перед банками, бюджетом, іншими кредиторами у першу чергу розподіляються між вкладниками для повернення їм їх вкладів, а потім між учасниками з повною відповідальністю.

Найменування командитних товариств повинно містити прізвища (найменування) всіх повних його учасників, слова «командитне товариство» або містити прізвище (найменування) хоча б одного повного учасника з доданням слів «і компанія», а також слів «командитне товариство». Якщо у найменування командитного товариства включене ім'я вкладника, такий вкладник стає повним учасником товариства.

Командитне товариство застосовується в світовій практиці як спосіб акумуляції капіталів, з одного боку, громадян (організацій), які бажають реалізувати ділові проекти, але не мають достатніх коштів, а з іншого боку, громадян (фірм), які бажають вкласти свої капітали в справу, але не мають привабливих проектів. Вкладник може у будь-який момент вийти із справи зі своїм вкладом. У деяких випадках командитні товариства використовуються для «відмивання» тінювих капіталів.

Згідно зі світовою практикою існує три **форми об'єднань капіталів**: товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, акціонерне товариство. На відміну від персональних товариств, у вищевказаних формах не обов'язкова особиста участь власників в управлінні товариством, метою створення якого є поєднання капіталів та обмеження ризику.

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність в межах їх вкладів.

Згідно з законом України «Про господарські товариства», максимальна кількість учасників товариства з обмеженою відповідальністю може досягати 100 осіб.

Установчі документи товариства з обмеженою відповідальністю, повинні містити відомості про розмір часток кожного з учасників, розмір, склад та порядок внесення ними вкладів, розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передання (переходу) часток у статутному капіталі, порядок розподілу прибутку. В товариствах з обмеженою відповідальністю прибуток, як правило, розподіляється між учасниками пропорційно до їхніх часток.

Вищим органом управління товариства з обмеженою відповідальністю є загальні збори учасників або призначених ними представників. Збори учасників обирають голову товариства. Загальні збори скликаються не рідше двох разів на рік. Позачергові загальні збори учасників скликаються головою товариства при наявності обставин, зазначених в установчих документах (у разі неплатоспроможності товариства, якщо виникає загроза значного скорочення статутного капіталу), на вимогу виконавчого органу або учасників товариства, що володіють у сукупності більш як 20 % голосів.

Учасники мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток у статутному капіталі. Загальні збори учасників вважаються повноважними, якщо на них присутні учасники (представники учасників), що володіють у сукупності більш як 60% голосів. З питань внесення учасниками додаткових вкладів, придбання товариством частки учасника, а також при вирішенні питання про виключення учасника з товариства рішення вважається прийнятним, якщо за нього проголосують учасники, що володіють у сукупності більш як 50 відсотками загальної кількості голосів учасників товариства. З решти питань рішення приймається простою більшістю голосів. Допускається прийняття рішення методом опитування. У цьому разі проект рішення або питання для голосування надсилається учасникам.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється виконавчий орган: колегіальний (дирекція) або одноособовий (директор). Дире-

Згідно зі світовою практикою існує три **форми об'єднань капіталів**: товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, акціонерне товариство. На відміну від персональних товариств, у вищевказаних формах не обов'язкова особиста участь власників в управлінні товариством, метою створення якого є поєднання капіталів та обмеження ризику.

Товариством з обмеженою відповідальністю є господарське товариство, що має статутний капітал, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Учасники товариства несуть відповідальність в межах їх вкладів.

Згідно з законом України «Про господарські товариства», максимальна кількість учасників товариства з обмеженою відповідальністю може досягати 100 осіб.

Установчі документи товариства з обмеженою відповідальністю, повинні містити відомості про розмір часток кожного з учасників, розмір, склад та порядок внесення ними вкладів, розмір і порядок формування резервного фонду, порядок передання (переходу) часток у статутному капіталі, порядок розподілу прибутку. В товариствах з обмеженою відповідальністю прибуток, як правило, розподіляється між учасниками пропорційно до їхніх часток.

Вищим органом управління товариства з обмеженою відповідальністю є загальні збори учасників або призначених ними представників. Збори учасників обирають голову товариства. Загальні збори скликаються не рідше двох разів на рік. Позачергові загальні збори учасників скликаються головою товариства при наявності обставин, зазначених в установчих документах (у разі неплатоспроможності товариства, якщо виникає загроза значного скорочення статутного капіталу), на вимогу виконавчого органу або учасників товариства, що володіють у сукупності більш як 20 % голосів.

Учасники мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток у статутному капіталі. Загальні збори учасників вважаються повноважними, якщо на них присутні учасники (представники учасників), що володіють у сукупності більш як 60% голосів. З питань внесення учасниками додаткових вкладів, придбання товариством частки учасника, а також при вирішенні питання про виключення учасника з товариства рішення вважається прийнятним, якщо за нього проголосують учасники, що володіють у сукупності більш як 50 відсотками загальної кількості голосів учасників товариства. З решти питань рішення приймається простою більшістю голосів. Допускається прийняття рішення методом опитування. У цьому разі проект рішення або питання для голосування надсилається учасникам.

У товаристві з обмеженою відповідальністю створюється виконавчий орган: колегіальний (дирекція) або одноособовий (директор). Дире-

кцію очолює генеральний директор. Членами виконавчого органу можуть бути також і особи, які не є учасниками товариства. Дирекція (директор) вирішує усі питання діяльності товариства, за винятком тих, що належать до виключної компетенції загальних зборів учасників. Дирекція (директор) підзвітна загальним зборам учасників і організує виконання їх рішень. Генеральний директор (директор) не може бути одночасно головою загальних зборів учасників товариства.

Контроль за діяльністю дирекції (директора) здійснюється ревізійною комісією, що утворюється загальними зборами учасників товариства з їх числа, в кількості не менше 3 осіб. Ревізійна комісія складає висновки за річними звітами, перевіряє діяльність дирекції за дорученням зборів або учасників.

Структура управління товариства з обмеженою відповідальністю наведена на рисунку 4.5

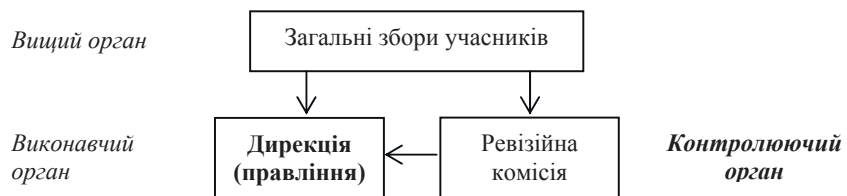


Рисунок 4.5 – Структура управління товариства з обмеженою відповідальністю

Учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право продати свою частку у статутному капіталі одному або кільком учасникам цього товариства. Відчуження учасником своєї частки (її частини) третім особам допускається, якщо інше не встановлено статутом товариства. Учасники товариства користуються переважним правом купівлі частки (її частини) учасника пропорційно до розмірів своїх часток.

При виході учасника з товариства йому виплачується вартість частини майна товариства, пропорційна його частці у статутному капіталі. При реорганізації юридичної особи, учасника товариства, або у зв'язку із смертю громадянина, учасника товариства, правонаступники (спадкоємці) мають переважне право вступу до цього товариства. При відмові правонаступника (спадкоємця) від вступу до товариства з обмеженою відповідальністю або відмові товариства у прийнятті до нього правонаступника (спадкоємця) йому видається у грошовій або натуральній формі частка.

Учасника, який систематично не виконує або неналежним чином виконує обов'язки, або перешкоджає своїми діями досягненню цілей то-

кцію очолює генеральний директор. Членами виконавчого органу можуть бути також і особи, які не є учасниками товариства. Дирекція (директор) вирішує усі питання діяльності товариства, за винятком тих, що належать до виключної компетенції загальних зборів учасників. Дирекція (директор) підзвітна загальним зборам учасників і організує виконання їх рішень. Генеральний директор (директор) не може бути одночасно головою загальних зборів учасників товариства.

Контроль за діяльністю дирекції (директора) здійснюється ревізійною комісією, що утворюється загальними зборами учасників товариства з їх числа, в кількості не менше 3 осіб. Ревізійна комісія складає висновки за річними звітами, перевіряє діяльність дирекції за дорученням зборів або учасників.

Структура управління товариства з обмеженою відповідальністю наведена на рисунку 4.5

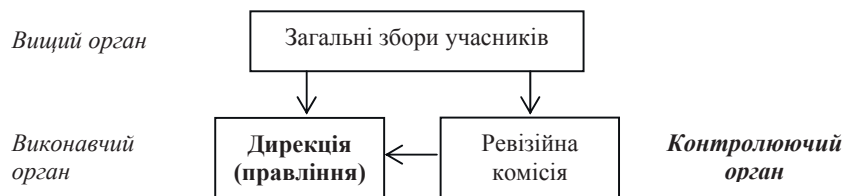


Рисунок 4.5 – Структура управління товариства з обмеженою відповідальністю

Учасник товариства з обмеженою відповідальністю має право продати свою частку у статутному капіталі одному або кільком учасникам цього товариства. Відчуження учасником своєї частки (її частини) третім особам допускається, якщо інше не встановлено статутом товариства. Учасники товариства користуються переважним правом купівлі частки (її частини) учасника пропорційно до розмірів своїх часток.

При виході учасника з товариства йому виплачується вартість частини майна товариства, пропорційна його частці у статутному капіталі. При реорганізації юридичної особи, учасника товариства, або у зв'язку із смертю громадянина, учасника товариства, правонаступники (спадкоємці) мають переважне право вступу до цього товариства. При відмові правонаступника (спадкоємця) від вступу до товариства з обмеженою відповідальністю або відмові товариства у прийнятті до нього правонаступника (спадкоємця) йому видається у грошовій або натуральній формі частка.

Учасника, який систематично не виконує або неналежним чином виконує обов'язки, або перешкоджає своїми діями досягненню цілей то-

вариства, може бути виключено з товариства на основі рішення зборів учасників. При цьому цей учасник (його представник) у голосуванні участі не бере.

В найменуванні товариства вказується обмежений характер відповідальності та, як правило, не містяться прізвища учасників. Наприклад, ТОВ «Цитрус». В англomовних країнах до назви товариства з обмеженою відповідальністю додається аббревіатура LTD, в Німеччині – GmbH, в Росії – ООО.

На початку ХХ ст. в Росії ця форма підприємництва мала назву «пайове товариство» або «товариство на паях».

Зараз така форма підприємництва дуже популярна на Заході, особливо в Європі. В багатьох країнах Західної Європи товариства з обмеженою відповідальністю зустрічаються набагато частіше, ніж акціонерні товариства. Товариства з обмеженою відповідальністю найбільш розповсюджені в Німеччині, Австрії, але майже не зустрічаються у США та Швейцарії, де перевага надається акціонерним товариствам.

Враховуючи розповсюдження такої форми у великому та середньому бізнесі зарубіжної економіки, можливо було б очікувати значного розповсюдження її і у вітчизняній економіці. Однак, в Україні більшість підприємств з такою організаційною формою засновано у сфері малого та середнього підприємництва. В Україні найбільша кількість таких товариств створена у сфері торгівлі, операцій з нерухомим майном, в переробній промисловості, будівництві.

Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми вкладами до статутного капіталу, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до вкладу кожного учасника. Граничний розмір додаткової відповідальності учасників визначається в установчих документах.

Наприклад, частка учасника А становить 25% статутного фонду товариства. Граничний розмір додаткової відповідальності становить 5%. Статутний фонд товариства – 1,2 млн грн. Тоді вартісна оцінка додаткової відповідальності учасника А становитиме 5% від його частки або 15 тис. грн.

Структура управління, умови вступу, виходу з товариства аналогічні товариству з обмеженою відповідальністю.

В Україні найбільша кількість товариств з додатковою відповідальністю створена у сфері фінансового посередництва (довірчі товариства).

Третя форма об'єднання капіталів – акціонерне товариство.

вариства, може бути виключено з товариства на основі рішення зборів учасників. При цьому цей учасник (його представник) у голосуванні участі не бере.

В найменуванні товариства вказується обмежений характер відповідальності та, як правило, не містяться прізвища учасників. Наприклад, ТОВ «Цитрус». В англomовних країнах до назви товариства з обмеженою відповідальністю додається аббревіатура LTD, в Німеччині – GmbH, в Росії – ООО.

На початку ХХ ст. в Росії ця форма підприємництва мала назву «пайове товариство» або «товариство на паях».

Зараз така форма підприємництва дуже популярна на Заході, особливо в Європі. В багатьох країнах Західної Європи товариства з обмеженою відповідальністю зустрічаються набагато частіше, ніж акціонерні товариства. Товариства з обмеженою відповідальністю найбільш розповсюджені в Німеччині, Австрії, але майже не зустрічаються у США та Швейцарії, де перевага надається акціонерним товариствам.

Враховуючи розповсюдження такої форми у великому та середньому бізнесі зарубіжної економіки, можливо було б очікувати значного розповсюдження її і у вітчизняній економіці. Однак, в Україні більшість підприємств з такою організаційною формою засновано у сфері малого та середнього підприємництва. В Україні найбільша кількість таких товариств створена у сфері торгівлі, операцій з нерухомим майном, в переробній промисловості, будівництві.

Товариством з додатковою відповідальністю є господарське товариство, статутний капітал якого поділений на частки визначених установчими документами розмірів. Учасники такого товариства відповідають за його боргами своїми вкладами до статутного капіталу, а при недостатності цих сум – додатково належним їм майном в однаковому для всіх учасників кратному розмірі до вкладу кожного учасника. Граничний розмір додаткової відповідальності учасників визначається в установчих документах.

Наприклад, частка учасника А становить 25% статутного фонду товариства. Граничний розмір додаткової відповідальності становить 5%. Статутний фонд товариства – 1,2 млн грн. Тоді вартісна оцінка додаткової відповідальності учасника А становитиме 5% від його частки або 15 тис. грн.

Структура управління, умови вступу, виходу з товариства аналогічні товариству з обмеженою відповідальністю.

В Україні найбільша кількість товариств з додатковою відповідальністю створена у сфері фінансового посередництва (довірчі товариства).

Третя форма об'єднання капіталів – акціонерне товариство.

4.6.3 Особливості акціонерних товариств

Акціонерне товариство – господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями.

Акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, тільки в межах належних їм акцій. Отже, майновий ризик акціонерів обмежується тією сумою, яку вони заплатили за придбані акції.

Особливість акціонерних товариств полягає в тому, що їхній капітал утворюється у грошовій формі та поділяється на однакові за номінальною величиною і неподільні паї у вигляді акцій. Цим вони відрізняються від товариств з обмеженою відповідальністю.

Засновниками акціонерних товариств можуть бути юридичні та фізичні особи, які купують або розподіляють акції між собою.

Акціонерні товариства відіграють провідну роль у сучасній ринковій економіці, особливо в економіці США. Так, в США більше 20% всіх підприємств є корпораціями, за обсягом продажу їх частка становить більш 90%. Незважаючи на те, що кількість їх невелика, у створенні валового внутрішнього продукту їм належить провідна роль. Взагалі в країнах з ринковою економікою 90% капіталу є акціонерним. У більшості галузей промисловості, особливо в машинобудуванні, акціонерні товариства є провідною формою організації бізнесу. Це пов'язано із значною потребою даних галузей у фінансових ресурсах.

Розповсюдження акціонерних товариств обумовлено певними **перевагами** цієї форми організації підприємництва, а саме [54, 56, 131, 141, 158]:

- ефективним способом фінансування через продаж акцій, що дозволяє залучати фінансові ресурси великої кількості окремих осіб. Це дає можливість збільшити обсяги виробництва, знизити витрати, підвищити конкурентоспроможність підприємства, зменшити ризики. Банківські кредити теж стають більш доступними;

- можливість для акціонерів отримувати доходи та не брати активної участі в управлінні підприємством;

- можливість розподілу ризику за рахунок придбання акцій різних товариств;

- можливість вільно розпоряджатись своїми вкладами шляхом продажу акцій;

- обмеженою відповідальністю. При банкрутстві фірми акціонер втрачає тільки вартість своїх акцій. Обмежена відповідальність заохочує інвесторів вкладати свій капітал у ризикові підприємства, в нові технології та продукцію.

Акціонерне товариство є найбільш стійкою формою підприємницької діяльності. Воно може функціонувати тривалий період незалежно від його власників (акціонерів), що створює можливості для перспекти-

4.6.3 Особливості акціонерних товариств

Акціонерне товариство – господарське товариство, статутний капітал якого поділено на визначену кількість часток однакової номінальної вартості, корпоративні права за якими посвідчуються акціями.

Акціонери несуть ризик збитків, пов'язаних з діяльністю товариства, тільки в межах належних їм акцій. Отже, майновий ризик акціонерів обмежується тією сумою, яку вони заплатили за придбані акції.

Особливість акціонерних товариств полягає в тому, що їхній капітал утворюється у грошовій формі та поділяється на однакові за номінальною величиною і неподільні паї у вигляді акцій. Цим вони відрізняються від товариств з обмеженою відповідальністю.

Засновниками акціонерних товариств можуть бути юридичні та фізичні особи, які купують або розподіляють акції між собою.

Акціонерні товариства відіграють провідну роль у сучасній ринковій економіці, особливо в економіці США. Так, в США більше 20% всіх підприємств є корпораціями, за обсягом продажу їх частка становить більш 90%. Незважаючи на те, що кількість їх невелика, у створенні валового внутрішнього продукту їм належить провідна роль. Взагалі в країнах з ринковою економікою 90% капіталу є акціонерним. У більшості галузей промисловості, особливо в машинобудуванні, акціонерні товариства є провідною формою організації бізнесу. Це пов'язано із значною потребою даних галузей у фінансових ресурсах.

Розповсюдження акціонерних товариств обумовлено певними **перевагами** цієї форми організації підприємництва, а саме [54, 56, 131, 141, 158]:

- ефективним способом фінансування через продаж акцій, що дозволяє залучати фінансові ресурси великої кількості окремих осіб. Це дає можливість збільшити обсяги виробництва, знизити витрати, підвищити конкурентоспроможність підприємства, зменшити ризики. Банківські кредити теж стають більш доступними;

- можливість для акціонерів отримувати доходи та не брати активної участі в управлінні підприємством;

- можливість розподілу ризику за рахунок придбання акцій різних товариств;

- можливість вільно розпоряджатись своїми вкладами шляхом продажу акцій;

- обмеженою відповідальністю. При банкрутстві фірми акціонер втрачає тільки вартість своїх акцій. Обмежена відповідальність заохочує інвесторів вкладати свій капітал у ризикові підприємства, в нові технології та продукцію.

Акціонерне товариство є найбільш стійкою формою підприємницької діяльності. Воно може функціонувати тривалий період незалежно від його власників (акціонерів), що створює можливості для перспекти-

вного розвитку. Зміна власників через продаж акцій не порушує цілісності акціонерного товариства.

Недоліки акціонерної форми підприємництва наступні:

– реєстрація та функціонування акціонерного товариства пов'язані з бюрократичними процедурами (потрібна згода комісії з цінних паперів та фондового ринку на випуск акцій, оформлення сертифікатів, звіти, публікування інформації);

– розподіл функцій власності і управління (контролю). В одноособовому підприємстві та персональному товаристві (партнерстві) власники самі керують підприємством. У великих корпораціях з тисячами власників більшість акціонерів не бере участі у зборах і голосуванні та їх голоси не відіграють ніякої ролі. Повноваження фактично повністю передаються посадовим особам акціонерного товариства. В раду, правління обираються акціонери, які мають найбільшу кількість акцій, в першу чергу – власник контрольного пакета акцій. Як свідчить практика, на збори не з'являється значна кількість невеликих власників акцій, які володіють приблизно 20–40% всіх акцій, тому контрольний пакет акцій може бути менший за 50% (30%, в окремих випадках до 5%). Теоретично акціонерне товариство управляється демократичним способом – за допомогою голосів всіх акціонерів, на практиці – невеликим числом осіб. Розподіл функцій власності та контролю може призвести до виникнення суперечностей, зіткнення інтересів менеджерів і акціонерів. Цілі акціонерів – високі дивіденди, можливість контролю діяльності товариства, цілі менеджерів – підвищення оплати, премій, кар'єра (ріст компанії). Зіткнення інтересів може відбуватись при формуванні дивідендної політики (розширення компанії чи виплата дивідендів);

– в акціонерній формі підприємництва існують потенційні можливості для зловживань з боку посадових осіб, наприклад, емісія акцій для покриття збитків, фінансові махінації на фондових ринках, продаж акцій, які не мають ніякої вартості (хоча це забороняється законом і випуск акцій контролюється державними органами). Класичний приклад з недалекого минулого – діяльність довірчих товариств (трастів);

– подвійне оподаткування доходів акціонерів. Оподаткуванню підлягає спочатку отриманий акціонерним товариством прибуток, а потім дивіденди акціонерів. В деяких країнах проводиться компенсація подвійного оподаткування;

– відкриті акціонерні товариства публікують річні звіти про свою діяльність;

– акціонерна форма підприємництва іноді використовується як засіб економічного примусу для викупу нерентабельних підприємств або їх підрозділів. Наприклад, «Дженерал Моторз» в 80-х роках ХХ ст. примусила найманих працівників викупити деякі свої збиткові підприємства (філії). В Україні більшість населення мала можливість використати

вного розвитку. Зміна власників через продаж акцій не порушує цілісності акціонерного товариства.

Недоліки акціонерної форми підприємництва наступні:

– реєстрація та функціонування акціонерного товариства пов'язані з бюрократичними процедурами (потрібна згода комісії з цінних паперів та фондового ринку на випуск акцій, оформлення сертифікатів, звіти, публікування інформації);

– розподіл функцій власності і управління (контролю). В одноособовому підприємстві та персональному товаристві (партнерстві) власники самі керують підприємством. У великих корпораціях з тисячами власників більшість акціонерів не бере участі у зборах і голосуванні та їх голоси не відіграють ніякої ролі. Повноваження фактично повністю передаються посадовим особам акціонерного товариства. В раду, правління обираються акціонери, які мають найбільшу кількість акцій, в першу чергу – власник контрольного пакета акцій. Як свідчить практика, на збори не з'являється значна кількість невеликих власників акцій, які володіють приблизно 20–40% всіх акцій, тому контрольний пакет акцій може бути менший за 50% (30%, в окремих випадках до 5%). Теоретично акціонерне товариство управляється демократичним способом – за допомогою голосів всіх акціонерів, на практиці – невеликим числом осіб. Розподіл функцій власності та контролю може призвести до виникнення суперечностей, зіткнення інтересів менеджерів і акціонерів. Цілі акціонерів – високі дивіденди, можливість контролю діяльності товариства, цілі менеджерів – підвищення оплати, премій, кар'єра (ріст компанії). Зіткнення інтересів може відбуватись при формуванні дивідендної політики (розширення компанії чи виплата дивідендів);

– в акціонерній формі підприємництва існують потенційні можливості для зловживань з боку посадових осіб, наприклад, емісія акцій для покриття збитків, фінансові махінації на фондових ринках, продаж акцій, які не мають ніякої вартості (хоча це забороняється законом і випуск акцій контролюється державними органами). Класичний приклад з недалекого минулого – діяльність довірчих товариств (трастів);

– подвійне оподаткування доходів акціонерів. Оподаткуванню підлягає спочатку отриманий акціонерним товариством прибуток, а потім дивіденди акціонерів. В деяких країнах проводиться компенсація подвійного оподаткування;

– відкриті акціонерні товариства публікують річні звіти про свою діяльність;

– акціонерна форма підприємництва іноді використовується як засіб економічного примусу для викупу нерентабельних підприємств або їх підрозділів. Наприклад, «Дженерал Моторз» в 80-х роках ХХ ст. примусила найманих працівників викупити деякі свої збиткові підприємства (філії). В Україні більшість населення мала можливість використати

майнові сертифікати тільки для викупу акцій низькорентабельних державних підприємств.

В Україні порядок створення, діяльності, припинення, виділу акціонерних товариств, їх правовий статус, права та обов'язки акціонерів визначається законом «Про акціонерні товариства».

Статут акціонерного товариства, окрім загальних відомостей, повинен містити відомості про: розмір статутного капіталу; номінальну вартість і загальну кількість акцій, кількість кожного типу розміщених товариством акцій, у тому числі кількість кожного класу привілейованих акцій; розмір дивідендів за привілейованими акціями кожного класу та ін.

Статутний капітал – капітал товариства, що утворюється з суми номінальної вартості всіх розміщених акцій товариства. Мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства становить 1250 мінімальних заробітних плат виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства.

Резервний капітал формується у розмірі не менше ніж 15 відсотків статутного капіталу товариства шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку. До досягнення встановленого статутом розміру резервного капіталу розмір щорічних відрахувань не може бути меншим ніж 5 відсотків суми чистого прибутку товариства за рік. Резервний капітал створюється для покриття збитків товариства, а також для виплати дивідендів а привілейованими акціями.

Статутний капітал товариства може збільшуватись шляхом підвищення номінальної вартості акцій або розміщення додаткових акцій існуючої номінальної вартості. Акціонерне товариство може здійснювати емісію акцій тільки за рішенням загальних зборів. Акціонерне товариство має право анулювати викуплені ним акції та зменшити статутний капітал або підвищити номінальну вартість решти акцій, не змінюючи при цьому розмір статутного капіталу.

Згідно із законодавством України, усі акції товариств є іменними та існують виключно в бездокументарній формі. Акціонерне товариство може здійснювати розміщення акцій двох типів – простих та привілейованих. Статутом товариства може передбачатися розміщення одного чи кількох класів привілейованих акцій, що надають їх власникам різні права. Товариство не може встановлювати обмеження щодо кількості акцій або кількості голосів за акціями, що належать одному акціонеру. Частина привілейованих акцій у розмірі статутного капіталу акціонерного товариства не може перевищувати 25%. Акціонерне товариство не має права розміщувати акції за ціною, нижчою за їх номінальну вартість.

майнові сертифікати тільки для викупу акцій низькорентабельних державних підприємств.

В Україні порядок створення, діяльності, припинення, виділу акціонерних товариств, їх правовий статус, права та обов'язки акціонерів визначається законом «Про акціонерні товариства».

Статут акціонерного товариства, окрім загальних відомостей, повинен містити відомості про: розмір статутного капіталу; номінальну вартість і загальну кількість акцій, кількість кожного типу розміщених товариством акцій, у тому числі кількість кожного класу привілейованих акцій; розмір дивідендів за привілейованими акціями кожного класу та ін.

Статутний капітал – капітал товариства, що утворюється з суми номінальної вартості всіх розміщених акцій товариства. Мінімальний розмір статутного капіталу акціонерного товариства становить 1250 мінімальних заробітних плат виходячи із ставки мінімальної заробітної плати, що діє на момент створення (реєстрації) акціонерного товариства.

Резервний капітал формується у розмірі не менше ніж 15 відсотків статутного капіталу товариства шляхом щорічних відрахувань від чистого прибутку товариства або за рахунок нерозподіленого прибутку. До досягнення встановленого статутом розміру резервного капіталу розмір щорічних відрахувань не може бути меншим ніж 5 відсотків суми чистого прибутку товариства за рік. Резервний капітал створюється для покриття збитків товариства, а також для виплати дивідендів а привілейованими акціями.

Статутний капітал товариства може збільшуватись шляхом підвищення номінальної вартості акцій або розміщення додаткових акцій існуючої номінальної вартості. Акціонерне товариство може здійснювати емісію акцій тільки за рішенням загальних зборів. Акціонерне товариство має право анулювати викуплені ним акції та зменшити статутний капітал або підвищити номінальну вартість решти акцій, не змінюючи при цьому розмір статутного капіталу.

Згідно із законодавством України, усі акції товариств є іменними та існують виключно в бездокументарній формі. Акціонерне товариство може здійснювати розміщення акцій двох типів – простих та привілейованих. Статутом товариства може передбачатися розміщення одного чи кількох класів привілейованих акцій, що надають їх власникам різні права. Товариство не може встановлювати обмеження щодо кількості акцій або кількості голосів за акціями, що належать одному акціонеру. Частина привілейованих акцій у розмірі статутного капіталу акціонерного товариства не може перевищувати 25%. Акціонерне товариство не має права розміщувати акції за ціною, нижчою за їх номінальну вартість.

Права акціонерів – власників простих акцій

1) участь в управлінні акціонерним товариством. Одна проста акція товариства надає акціонеру один голос при голосуванні на загальних зборах;

2) отримання дивідендів;

3) отримання у разі ліквідації товариства частини його майна або вартості частини майна товариства;

4) отримання інформації про господарську діяльність акціонерного товариства.

Обсяг прав акціонерів – власників привілейованих акцій визначається у статуті акціонерного товариства у тому числі:

– розмір і черговість виплати дивідендів;

– черговість виплат у разі ліквідації товариства та ін.

Акціонери – власники привілейованих акцій товариства мають право голосу тільки під час вирішення загальними зборами акціонерного товариства таких питань: припинення товариства, внесення змін до статуту товариства, що передбачають обмеження або збільшення прав акціонерів – власників привілейованих акцій, розміщення нового класу привілейованих акцій.

Дивіденд – частина чистого прибутку акціонерного товариства, що виплачується акціонеру з розрахунку на одну належну йому акцію певного типу та/або класу. За акціями одного типу та класу нараховується однаковий розмір дивідендів.

В Україні акціонерні товариства мають виплачувати дивіденди виключно грошовими коштами. Виплата дивідендів за простими акціями здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку на підставі рішення загальних зборів акціонерного товариства у строк, що не перевищує шість місяців. Таким чином, дохід акціонера не гарантований і залежить від фінансових результатів діяльності підприємства.

Виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку. У разі відсутності або недостатності чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку минулих років виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється за рахунок резервного капіталу товариства або спеціального фонду для виплати дивідендів за привілейованими акціями. Рішення про виплату дивідендів та їх розмір за простими акціями приймається загальними зборами акціонерного товариства. Розмір дивідендів за привілейованими акціями всіх класів визначається у статуті акціонерного товариства.

Дивідендна політика – це політика розподілу чистого прибутку акціонерного товариства. Вона визначає співвідношення його частини, що сплачується у вигляді дивідендів, та частини, що капіталізується (реін-

Права акціонерів – власників простих акцій

1) участь в управлінні акціонерним товариством. Одна проста акція товариства надає акціонеру один голос при голосуванні на загальних зборах;

2) отримання дивідендів;

3) отримання у разі ліквідації товариства частини його майна або вартості частини майна товариства;

4) отримання інформації про господарську діяльність акціонерного товариства.

Обсяг прав акціонерів – власників привілейованих акцій визначається у статуті акціонерного товариства у тому числі:

– розмір і черговість виплати дивідендів;

– черговість виплат у разі ліквідації товариства та ін.

Акціонери – власники привілейованих акцій товариства мають право голосу тільки під час вирішення загальними зборами акціонерного товариства таких питань: припинення товариства, внесення змін до статуту товариства, що передбачають обмеження або збільшення прав акціонерів – власників привілейованих акцій, розміщення нового класу привілейованих акцій.

Дивіденд – частина чистого прибутку акціонерного товариства, що виплачується акціонеру з розрахунку на одну належну йому акцію певного типу та/або класу. За акціями одного типу та класу нараховується однаковий розмір дивідендів.

В Україні акціонерні товариства мають виплачувати дивіденди виключно грошовими коштами. Виплата дивідендів за простими акціями здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку на підставі рішення загальних зборів акціонерного товариства у строк, що не перевищує шість місяців. Таким чином, дохід акціонера не гарантований і залежить від фінансових результатів діяльності підприємства.

Виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється з чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку. У разі відсутності або недостатності чистого прибутку звітного року та/або нерозподіленого прибутку минулих років виплата дивідендів за привілейованими акціями здійснюється за рахунок резервного капіталу товариства або спеціального фонду для виплати дивідендів за привілейованими акціями. Рішення про виплату дивідендів та їх розмір за простими акціями приймається загальними зборами акціонерного товариства. Розмір дивідендів за привілейованими акціями всіх класів визначається у статуті акціонерного товариства.

Дивідендна політика – це політика розподілу чистого прибутку акціонерного товариства. Вона визначає співвідношення його частини, що сплачується у вигляді дивідендів, та частини, що капіталізується (реін-

вестується в активи підприємства). При виборі дивідендної політики повинна визначатись оптимальна величина дивідендів. З одного боку, акціонери зацікавлені у високих дивідендах у поточному році, з іншого – реінвестування прибутку дає можливість розширити діяльність підприємства і тим самим в майбутньому збільшити дивіденди та ринкову вартість акцій. У будь-якому випадку, обраний варіант дивідендної політики повинен відповідати двом цілям[136]:

- максимізації сукупного доходу акціонерів, який дорівнює сумі дивідендів та приросту ринкової вартості акцій;
- достатнього фінансування діяльності підприємства.

Взагалі у світі дивіденди не перевищують 60% прибутку. На практиці власники товариства приймають рішення щодо варіанта дивідендної політики під впливом багатьох факторів, до яких належать: національні традиції, правові обмеження (різний рівень оподаткування дивідендів і майна підприємства), величина прибутку, наявність грошей на рахунку підприємства, необхідність розширення виробничих потужностей або оновлення матеріально-технічної бази підприємства, стадія життєвого циклу (на стадії народження дивіденди не сплачуються; на стадії дитинства, юності дивіденди видаються додатковими акціями та в невеликих розмірах готівкою; на стадії зрілості сплачуються високі дивіденди готівкою; на стадії старіння дивіденди зменшуються), обмеження рекламного характеру (стабільність дивідендної політики є індикатором успішної діяльності підприємства), рівень дивідендних виплат конкурентів, інтереси різних груп акціонерів (заможні акціонери частіше наплягають на реінвестуванні усього прибутку, щоб не сплачувати податків, незаможні – вимагають грошових виплат).

Розмір дивідендів у країнах з розвинутою ринковою економікою не перевищує 20% номінальної вартості акції. Ставка дивідендів не повинна бути нижчою за середній рівень депозитного процента.

Акціонерні товариства **за типом** поділяються на **публічні** та **приватні**.

Згідно із законодавством України, кількісний склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів.

Публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій. Приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій.

Акції публічного акціонерного товариства можуть купуватися та продаватися на фондовій біржі. Публічне акціонерне товариство зобов'язане пройти процедуру включення акцій до біржового списку хоча б однієї фондової біржі. Акції приватного акціонерного товариства не можуть купуватися та/або продаватися на фондовій біржі, за винятком продажу шляхом проведення на біржі аукціону.

Таким чином, у публічному акціонерному товаристві акції вільно продаються та купуються, акції приватного акціонерного товариства

вестується в активи підприємства). При виборі дивідендної політики повинна визначатись оптимальна величина дивідендів. З одного боку, акціонери зацікавлені у високих дивідендах у поточному році, з іншого – реінвестування прибутку дає можливість розширити діяльність підприємства і тим самим в майбутньому збільшити дивіденди та ринкову вартість акцій. У будь-якому випадку, обраний варіант дивідендної політики повинен відповідати двом цілям[136]:

- максимізації сукупного доходу акціонерів, який дорівнює сумі дивідендів та приросту ринкової вартості акцій;
- достатнього фінансування діяльності підприємства.

Взагалі у світі дивіденди не перевищують 60% прибутку. На практиці власники товариства приймають рішення щодо варіанта дивідендної політики під впливом багатьох факторів, до яких належать: національні традиції, правові обмеження (різний рівень оподаткування дивідендів і майна підприємства), величина прибутку, наявність грошей на рахунку підприємства, необхідність розширення виробничих потужностей або оновлення матеріально-технічної бази підприємства, стадія життєвого циклу (на стадії народження дивіденди не сплачуються; на стадії дитинства, юності дивіденди видаються додатковими акціями та в невеликих розмірах готівкою; на стадії зрілості сплачуються високі дивіденди готівкою; на стадії старіння дивіденди зменшуються), обмеження рекламного характеру (стабільність дивідендної політики є індикатором успішної діяльності підприємства), рівень дивідендних виплат конкурентів, інтереси різних груп акціонерів (заможні акціонери частіше наплягають на реінвестуванні усього прибутку, щоб не сплачувати податків, незаможні – вимагають грошових виплат).

Розмір дивідендів у країнах з розвинутою ринковою економікою не перевищує 20% номінальної вартості акції. Ставка дивідендів не повинна бути нижчою за середній рівень депозитного процента.

Акціонерні товариства **за типом** поділяються на **публічні** та **приватні**.

Згідно із законодавством України, кількісний склад акціонерів приватного акціонерного товариства не може перевищувати 100 акціонерів.

Публічне акціонерне товариство може здійснювати публічне та приватне розміщення акцій. Приватне акціонерне товариство може здійснювати тільки приватне розміщення акцій.

Акції публічного акціонерного товариства можуть купуватися та продаватися на фондовій біржі. Публічне акціонерне товариство зобов'язане пройти процедуру включення акцій до біржового списку хоча б однієї фондової біржі. Акції приватного акціонерного товариства не можуть купуватися та/або продаватися на фондовій біржі, за винятком продажу шляхом проведення на біржі аукціону.

Таким чином, у публічному акціонерному товаристві акції вільно продаються та купуються, акції приватного акціонерного товариства

розподіляються між засновниками або серед задалегідь визначеного кола осіб.

У разі прийняття загальними зборами приватного акціонерного товариства рішення про здійснення публічного розміщення акцій до статуту товариства вносяться відповідні зміни, у тому числі про зміну типу товариства – з приватного на публічне. Зміна типу товариства з приватного на публічне або з публічного на приватне не є його перетворенням.

Акціонери публічного акціонерного товариства можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів товариства.

Акціонери приватного акціонерного товариства мають переважне право на придбання акцій, що продаються іншими акціонерами цього товариства. Зазначене переважне право акціонерів приватного товариства не поширюється на випадки переходу права власності на цінні папери цього товариства в результаті їх спадкування чи правонаступництва.

Акціонер приватного та публічного товариства має переважне право на придбання акцій додаткової емісії пропорційно частці належних йому акцій у загальній кількості емітованих акцій.

Приватні акціонерні товариства часто створюються у межах трудового колективу або сімейного бізнесу. За кордоном розповсюдження акцій серед членів трудового колективу, як правило, стимулюється державою. Так, наприклад, в США фірми, що розповсюджують акції серед членів трудового колективу (їх називають народними підприємствами), мають податкові пільги.

У розвинутій ринковій економіці закритих акціонерних товариств значно більше, ніж відкритих. Так, в США із загальної кількості акціонерних товариств відкриті становлять менш 0,5%, але це найбільші компанії.

В Україні процес створення акціонерних товариств здійснюється двома шляхами:

1) на основі об'єднання капіталів підприємців;

2) перетворенням існуючих державних підприємств в акціонерні. Іноді контрольний пакет акцій зберігає за собою держава.

В Україні на 1.07. 2011 року функціонувало понад 27,6 тис. акціонерних товариств, з яких понад 8 тис. публічних (відкритих), майже 19 тис. приватних (закритих), відповідно співвідношення між першими та другими становило приблизно 1: 2,3[65].

Засновниками акціонерного товариства можуть бути одна, дві чи більше осіб. Засновниками може укладатися засновницький договір, у якому визначаються порядок провадження спільної діяльності щодо створення акціонерного товариства, кількість, тип і клас акцій, що підлягають придбанню кожним засновником, номінальна вартість і вартість придбання цих акцій, строк і форма оплати вартості акцій, строк дії договору. Для створення акціонерного товариства засновники повинні провести закрите (приватне) розміщення його акцій (серед засно-

розподіляються між засновниками або серед задалегідь визначеного кола осіб.

У разі прийняття загальними зборами приватного акціонерного товариства рішення про здійснення публічного розміщення акцій до статуту товариства вносяться відповідні зміни, у тому числі про зміну типу товариства – з приватного на публічне. Зміна типу товариства з приватного на публічне або з публічного на приватне не є його перетворенням.

Акціонери публічного акціонерного товариства можуть відчужувати належні їм акції без згоди інших акціонерів товариства.

Акціонери приватного акціонерного товариства мають переважне право на придбання акцій, що продаються іншими акціонерами цього товариства. Зазначене переважне право акціонерів приватного товариства не поширюється на випадки переходу права власності на цінні папери цього товариства в результаті їх спадкування чи правонаступництва.

Акціонер приватного та публічного товариства має переважне право на придбання акцій додаткової емісії пропорційно частці належних йому акцій у загальній кількості емітованих акцій.

Приватні акціонерні товариства часто створюються у межах трудового колективу або сімейного бізнесу. За кордоном розповсюдження акцій серед членів трудового колективу, як правило, стимулюється державою. Так, наприклад, в США фірми, що розповсюджують акції серед членів трудового колективу (їх називають народними підприємствами), мають податкові пільги.

У розвинутій ринковій економіці закритих акціонерних товариств значно більше, ніж відкритих. Так, в США із загальної кількості акціонерних товариств відкриті становлять менш 0,5%, але це найбільші компанії.

В Україні процес створення акціонерних товариств здійснюється двома шляхами:

1) на основі об'єднання капіталів підприємців;

2) перетворенням існуючих державних підприємств в акціонерні. Іноді контрольний пакет акцій зберігає за собою держава.

В Україні на 1.07. 2011 року функціонувало понад 27,6 тис. акціонерних товариств, з яких понад 8 тис. публічних (відкритих), майже 19 тис. приватних (закритих), відповідно співвідношення між першими та другими становило приблизно 1: 2,3[65].

Засновниками акціонерного товариства можуть бути одна, дві чи більше осіб. Засновниками може укладатися засновницький договір, у якому визначаються порядок провадження спільної діяльності щодо створення акціонерного товариства, кількість, тип і клас акцій, що підлягають придбанню кожним засновником, номінальна вартість і вартість придбання цих акцій, строк і форма оплати вартості акцій, строк дії договору. Для створення акціонерного товариства засновники повинні провести закрите (приватне) розміщення його акцій (серед засно-

вників), установчі збори та здійснити державну реєстрацію акціонерного товариства. Публічне розміщення акцій товариства може здійснюватися після отримання свідоцтва про реєстрацію першого випуску акцій.

Створення акціонерного товариства здійснюється за такими етапами:

1) прийняття зборами засновників рішення про створення акціонерного товариства та про закрите (приватне) розміщення акцій;

2) подання заяви та всіх необхідних документів на реєстрацію випуску акцій до Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку;

3) реєстрація Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку випуску акцій та видача тимчасового свідоцтва про реєстрацію випуску акцій;

4) присвоєння акціям міжнародного ідентифікаційного номера цінних паперів;

5) укладення з депозитарієм цінних паперів договору про обслуговування емісії акцій або з реєстратором іменних цінних паперів договору про ведення реєстру власників іменних цінних паперів;

6) закрите (приватне) розміщення акцій серед засновників товариства;

7) оплата засновниками повної вартості акцій. Оплата вартості акцій, що розміщуються під час заснування акціонерного товариства, може здійснюватися грошовими коштами, цінними паперами (крім боргових емісійних цінних паперів, емітентом яких є засновник, та векселів), майном і майновими правами, нематеріальними активами, що мають грошову оцінку;

8) затвердження установчими зборами товариства результатів закритого (приватного) розміщення акцій серед засновників товариства, затвердження статуту товариства, а також прийняття інших рішень, передбачених законом;

9) реєстрація товариства та його статуту в органах державної реєстрації;

10) подання Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку звіту про результати закритого (приватного) розміщення акцій;

11) реєстрація Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку звіту про результати закритого (приватного) розміщення акцій;

12) отримання свідоцтва про державну реєстрацію випуску акцій;

13) видача засновникам товариства документів, що підтверджують право власності на акції.

Установчі збори акціонерного товариства мають бути проведені протягом трьох місяців з дати повної оплати акцій засновниками. На установчих зборах акціонерного товариства вирішуються питання про:

- заснування товариства;
- затвердження оцінки майна, що вноситься засновниками в рахунок оплати акцій товариства;

вників), установчі збори та здійснити державну реєстрацію акціонерного товариства. Публічне розміщення акцій товариства може здійснюватися після отримання свідоцтва про реєстрацію першого випуску акцій.

Створення акціонерного товариства здійснюється за такими етапами:

1) прийняття зборами засновників рішення про створення акціонерного товариства та про закрите (приватне) розміщення акцій;

2) подання заяви та всіх необхідних документів на реєстрацію випуску акцій до Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку;

3) реєстрація Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку випуску акцій та видача тимчасового свідоцтва про реєстрацію випуску акцій;

4) присвоєння акціям міжнародного ідентифікаційного номера цінних паперів;

5) укладення з депозитарієм цінних паперів договору про обслуговування емісії акцій або з реєстратором іменних цінних паперів договору про ведення реєстру власників іменних цінних паперів;

6) закрите (приватне) розміщення акцій серед засновників товариства;

7) оплата засновниками повної вартості акцій. Оплата вартості акцій, що розміщуються під час заснування акціонерного товариства, може здійснюватися грошовими коштами, цінними паперами (крім боргових емісійних цінних паперів, емітентом яких є засновник, та векселів), майном і майновими правами, нематеріальними активами, що мають грошову оцінку;

8) затвердження установчими зборами товариства результатів закритого (приватного) розміщення акцій серед засновників товариства, затвердження статуту товариства, а також прийняття інших рішень, передбачених законом;

9) реєстрація товариства та його статуту в органах державної реєстрації;

10) подання Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку звіту про результати закритого (приватного) розміщення акцій;

11) реєстрація Національною комісією з цінних паперів та фондового ринку звіту про результати закритого (приватного) розміщення акцій;

12) отримання свідоцтва про державну реєстрацію випуску акцій;

13) видача засновникам товариства документів, що підтверджують право власності на акції.

Установчі збори акціонерного товариства мають бути проведені протягом трьох місяців з дати повної оплати акцій засновниками. На установчих зборах акціонерного товариства вирішуються питання про:

- заснування товариства;
- затвердження оцінки майна, що вноситься засновниками в рахунок оплати акцій товариства;

- затвердження статуту товариства;
- утворення органів товариства;
- уповноваження представника (представників) на здійснення подальшої діяльності щодо утворення товариства;
- обрання членів наглядової ради, голови колегіального виконавчого органу товариства (особи, яка здійснює повноваження одноосібного виконавчого органу товариства), членів ревізійної комісії (ревізора).

Структура управління акціонерним товариством наведена на рисунку 4.6.

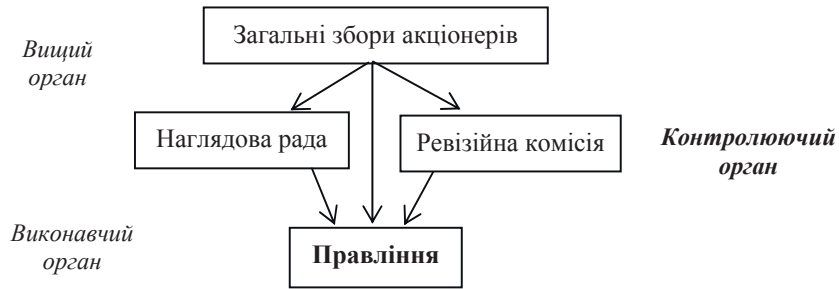


Рисунок 4.6 – Структура управління акціонерним товариством

Вищим органом акціонерного товариства є **загальні збори**. Акціонерне товариство зобов'язане скликати загальні збори щороку. Загальні збори можуть вирішувати будь-які питання діяльності акціонерного товариства. До виключної компетенції загальних зборів належить:

- визначення основних напрямів діяльності акціонерного товариства;
- внесення змін до статуту товариства;
- прийняття рішення про анулювання викуплених акцій;
- прийняття рішення про зміну типу товариства;
- прийняття рішення про розміщення акцій;
- прийняття рішення про збільшення або зменшення статутного капіталу товариства;
- затвердження річного звіту товариства;
- розподіл прибутку і збитків товариства та ін.

Письмове повідомлення про проведення загальних зборів акціонерного товариства та їх порядок денний надсилається кожному акціонеру. Товариство не пізніше ніж за 30 днів до дати проведення загальних зборів публікує в офіційному друкованому органі повідомлення про проведення загальних зборів. Публічне акціонерне товариство додатково надсилає повідомлення про проведення загальних зборів та їх порядок денний фондовій біржі, на якій це товариство пройшло процедуру ліс-

- затвердження статуту товариства;
- утворення органів товариства;
- уповноваження представника (представників) на здійснення подальшої діяльності щодо утворення товариства;
- обрання членів наглядової ради, голови колегіального виконавчого органу товариства (особи, яка здійснює повноваження одноосібного виконавчого органу товариства), членів ревізійної комісії (ревізора).

Структура управління акціонерним товариством наведена на рисунку 4.6.

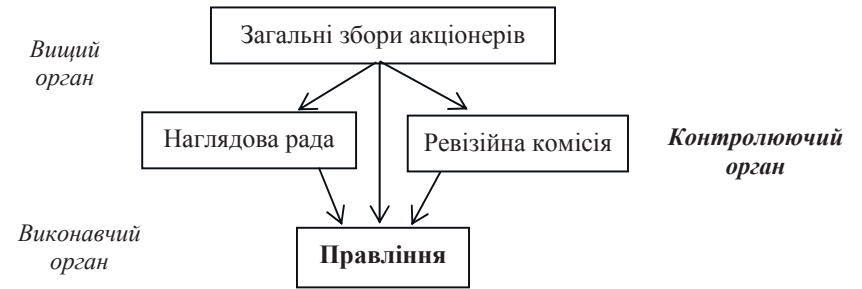


Рисунок 4.6 – Структура управління акціонерним товариством

Вищим органом акціонерного товариства є **загальні збори**. Акціонерне товариство зобов'язане скликати загальні збори щороку. Загальні збори можуть вирішувати будь-які питання діяльності акціонерного товариства. До виключної компетенції загальних зборів належить:

- визначення основних напрямів діяльності акціонерного товариства;
- внесення змін до статуту товариства;
- прийняття рішення про анулювання викуплених акцій;
- прийняття рішення про зміну типу товариства;
- прийняття рішення про розміщення акцій;
- прийняття рішення про збільшення або зменшення статутного капіталу товариства;
- затвердження річного звіту товариства;
- розподіл прибутку і збитків товариства та ін.

Письмове повідомлення про проведення загальних зборів акціонерного товариства та їх порядок денний надсилається кожному акціонеру. Товариство не пізніше ніж за 30 днів до дати проведення загальних зборів публікує в офіційному друкованому органі повідомлення про проведення загальних зборів. Публічне акціонерне товариство додатково надсилає повідомлення про проведення загальних зборів та їх порядок денний фондовій біржі, на якій це товариство пройшло процедуру ліс-

тингу, а також не пізніше ніж за 30 днів до дати проведення загальних зборів розміщує на власній веб-сторінці в мережі Інтернет інформацію про проведення загальних зборів.

Представником акціонера на загальних зборах акціонерного товариства може бути фізична особа або уповноважена особа юридичної особи, а також уповноважена особа держави чи територіальної громади.

Загальні збори акціонерного товариства мають кворум за умови реєстрації для участі у них акціонерів, які сукупно є власниками не менш як 60 відсотків голосуючих акцій. Одна голосуюча акція надає акціонеру один голос для вирішення кожного з питань, винесених на голосування на загальних зборах акціонерного товариства, крім проведення кумулятивного голосування. Кумулятивне голосування – голосування під час обрання осіб до складу органів товариства, коли загальна кількість голосів акціонера помножується на кількість членів органу акціонерного товариства, що обираються, а акціонер має право віддати всі підраховані таким чином голоси за одного кандидата або розподілити їх між кількома кандидатами.

Рішення загальних зборів акціонерного товариства з питання, винесеного на голосування, приймається простою більшістю голосів акціонерів, які зареєструвалися для участі у загальних зборах, крім особливо важливих.

Позачергові загальні збори акціонерного товариства скликаються наглядовою радою:

- 1) з власної ініціативи;
- 2) на вимогу виконавчого органу – в разі порушення провадження про визнання товариства банкрутом або необхідності вчинення значного правочину;
- 3) на вимогу ревізійної комісії (ревізора);
- 4) на вимогу акціонерів (акціонера), які на день подання вимоги сукупно є власниками 10 і більше відсотків простих акцій товариства

У випадках, передбачених статутом акціонерного товариства з кількістю акціонерів не більше 25 осіб, допускається прийняття рішення методом опитування.

Наглядова рада акціонерного товариства є органом, що здійснює захист прав акціонерів товариства, контролює та регулює діяльність виконавчого органу. В акціонерних товариствах з кількістю акціонерів-власників простих акцій 10 осіб і більше створення наглядової ради є обов'язковим. У товаристві з кількістю акціонерів-власників простих акцій 9 осіб і менше у разі відсутності наглядової ради її повноваження здійснюються загальними зборами. Члени наглядової ради акціонерного товариства обираються з числа акціонерів. Голова наглядової ради акціонерного товариства обирається членами наглядової ради з їх числа. Наглядова рада акціонерного товариства може утворювати постійні

тингу, а також не пізніше ніж за 30 днів до дати проведення загальних зборів розміщує на власній веб-сторінці в мережі Інтернет інформацію про проведення загальних зборів.

Представником акціонера на загальних зборах акціонерного товариства може бути фізична особа або уповноважена особа юридичної особи, а також уповноважена особа держави чи територіальної громади.

Загальні збори акціонерного товариства мають кворум за умови реєстрації для участі у них акціонерів, які сукупно є власниками не менш як 60 відсотків голосуючих акцій. Одна голосуюча акція надає акціонеру один голос для вирішення кожного з питань, винесених на голосування на загальних зборах акціонерного товариства, крім проведення кумулятивного голосування. Кумулятивне голосування – голосування під час обрання осіб до складу органів товариства, коли загальна кількість голосів акціонера помножується на кількість членів органу акціонерного товариства, що обираються, а акціонер має право віддати всі підраховані таким чином голоси за одного кандидата або розподілити їх між кількома кандидатами.

Рішення загальних зборів акціонерного товариства з питання, винесеного на голосування, приймається простою більшістю голосів акціонерів, які зареєструвалися для участі у загальних зборах, крім особливо важливих.

Позачергові загальні збори акціонерного товариства скликаються наглядовою радою:

- 1) з власної ініціативи;
- 2) на вимогу виконавчого органу – в разі порушення провадження про визнання товариства банкрутом або необхідності вчинення значного правочину;
- 3) на вимогу ревізійної комісії (ревізора);
- 4) на вимогу акціонерів (акціонера), які на день подання вимоги сукупно є власниками 10 і більше відсотків простих акцій товариства

У випадках, передбачених статутом акціонерного товариства з кількістю акціонерів не більше 25 осіб, допускається прийняття рішення методом опитування.

Наглядова рада акціонерного товариства є органом, що здійснює захист прав акціонерів товариства, контролює та регулює діяльність виконавчого органу. В акціонерних товариствах з кількістю акціонерів-власників простих акцій 10 осіб і більше створення наглядової ради є обов'язковим. У товаристві з кількістю акціонерів-власників простих акцій 9 осіб і менше у разі відсутності наглядової ради її повноваження здійснюються загальними зборами. Члени наглядової ради акціонерного товариства обираються з числа акціонерів. Голова наглядової ради акціонерного товариства обирається членами наглядової ради з їх числа. Наглядова рада акціонерного товариства може утворювати постійні

чи тимчасові комітети з числа її членів для вивчення і підготовки питань, що належать до компетенції наглядової ради. Наглядова рада за пропозицією голови наглядової ради має право обрати корпоративного секретаря. Корпоративний секретар є особою, яка відповідає за взаємодію акціонерного товариства з акціонерами та/або інвесторами.

Назва «наглядова рада» характерна для деяких європейських країн (Франції, Німеччини), такий термін застосований і в законі України «Про акціонерні товариства». В деяких інших країнах (США, Великобританія, Японія) цей орган має назву «рада директорів».

Виконавчий орган акціонерного товариства здійснює управління поточною діяльністю товариства. До компетенції виконавчого органу належить вирішення всіх питань, пов'язаних з керівництвом поточною діяльністю товариства, крім питань, що належать до виключної компетенції загальних зборів та наглядової ради. Виконавчий орган акціонерного товариства підзвітний загальним зборам і наглядовій раді, організовує виконання їх рішень. Виконавчий орган діє від імені акціонерного товариства у межах, встановлених статутом акціонерного товариства і законом. Виконавчий орган акціонерного товариства може бути колегіальним (правління, дирекція) або одноосібним (директор, генеральний директор).

Для проведення перевірки фінансово-господарської діяльності акціонерного товариства загальні збори можуть обирати **ревізійну комісію** (ревізора). В акціонерних товариствах з кількістю акціонерів-власників простих акцій товариства до 100 осіб може запроваджуватися посада ревізора або обиратися ревізійна комісія, а в товариствах з кількістю акціонерів-власників простих акцій товариства більше 100 осіб може обиратися лише ревізійна комісія. Члени ревізійної комісії в акціонерних товариствах обираються виключно шляхом кумулятивного голосування з числа акціонерів. Ревізійна комісія (ревізор) має право вносити пропозиції до порядку денного загальних зборів та вимагати скликання позачергових загальних зборів

Річна фінансова звітність публічного акціонерного товариства підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором. Аудиторська перевірка діяльності акціонерного товариства також має бути проведена на вимогу акціонера (акціонерів), який (які) є власником (власниками) більше 10 відсотків простих акцій товариства. Акціонерне товариство забезпечує кожному акціонеру доступ до документів. Публічне акціонерне товариство зобов'язане мати власну веб-сторінку в мережі Інтернет.

Особа (особи, що діють спільно), яка має намір придбати акції, що з урахуванням кількості акцій, які належать їй та її афілійованим особам, за наслідками такого придбання становитимуть 10 і більше відсотків простих акцій товариства (значний пакет акцій), зобов'язана не пізніше ніж за 30 днів до дати придбання відповідного пакета акцій подати

чи тимчасові комітети з числа її членів для вивчення і підготовки питань, що належать до компетенції наглядової ради. Наглядова рада за пропозицією голови наглядової ради має право обрати корпоративного секретаря. Корпоративний секретар є особою, яка відповідає за взаємодію акціонерного товариства з акціонерами та/або інвесторами.

Назва «наглядова рада» характерна для деяких європейських країн (Франції, Німеччини), такий термін застосований і в законі України «Про акціонерні товариства». В деяких інших країнах (США, Великобританія, Японія) цей орган має назву «рада директорів».

Виконавчий орган акціонерного товариства здійснює управління поточною діяльністю товариства. До компетенції виконавчого органу належить вирішення всіх питань, пов'язаних з керівництвом поточною діяльністю товариства, крім питань, що належать до виключної компетенції загальних зборів та наглядової ради. Виконавчий орган акціонерного товариства підзвітний загальним зборам і наглядовій раді, організовує виконання їх рішень. Виконавчий орган діє від імені акціонерного товариства у межах, встановлених статутом акціонерного товариства і законом. Виконавчий орган акціонерного товариства може бути колегіальним (правління, дирекція) або одноосібним (директор, генеральний директор).

Для проведення перевірки фінансово-господарської діяльності акціонерного товариства загальні збори можуть обирати **ревізійну комісію** (ревізора). В акціонерних товариствах з кількістю акціонерів-власників простих акцій товариства до 100 осіб може запроваджуватися посада ревізора або обиратися ревізійна комісія, а в товариствах з кількістю акціонерів-власників простих акцій товариства більше 100 осіб може обиратися лише ревізійна комісія. Члени ревізійної комісії в акціонерних товариствах обираються виключно шляхом кумулятивного голосування з числа акціонерів. Ревізійна комісія (ревізор) має право вносити пропозиції до порядку денного загальних зборів та вимагати скликання позачергових загальних зборів

Річна фінансова звітність публічного акціонерного товариства підлягає обов'язковій перевірці незалежним аудитором. Аудиторська перевірка діяльності акціонерного товариства також має бути проведена на вимогу акціонера (акціонерів), який (які) є власником (власниками) більше 10 відсотків простих акцій товариства. Акціонерне товариство забезпечує кожному акціонеру доступ до документів. Публічне акціонерне товариство зобов'язане мати власну веб-сторінку в мережі Інтернет.

Особа (особи, що діють спільно), яка має намір придбати акції, що з урахуванням кількості акцій, які належать їй та її афілійованим особам, за наслідками такого придбання становитимуть 10 і більше відсотків простих акцій товариства (значний пакет акцій), зобов'язана не пізніше ніж за 30 днів до дати придбання відповідного пакета акцій подати

товариству письмове повідомлення про свій намір та оприлюднити його. Оприлюднення повідомлення здійснюється шляхом надання його Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку, кожній біржі, на якій товариство пройшло процедуру лістингу, та опублікування в офіційному друкованому органі. Товариство, значний пакет акцій якого придбавається, не має права вживати заходів з метою перешкоджання такому придбанню. Особа (особи, що діють спільно), яка внаслідок придбання акцій товариства з урахуванням кількості акцій, які належать їй та її афілійованим особам, стала власником контрольного пакета акцій товариства, протягом 20 днів з дати придбання зобов'язана запропонувати всім акціонерам придбати у них прості акції товариства. Ціна придбання акцій не може бути меншою за ринкову ціну.

Акціонерне товариство має право за рішенням загальних зборів викупити в акціонерів акції за згодою власників цих акцій. Кожний акціонер – має право вимагати здійснення обов'язкового викупу акціонерним товариством належних йому голосуючих акцій, якщо він зареєструвався для участі у загальних зборах та голосував проти прийняття загальними зборами значного рішення.

Формально система управління акціонерним товариством достатньо демократична: вищий орган – загальні збори, всі органи управління йому підзвітні. Однак зробити управління акціонерним товариством дійсно демократичним поки що ніде не вдавалося.

Акціонерне товариство має відшкодовувати власникам акцій збитки, пов'язані із змінами статутного фонду у разі індексації вартості майна. Так, після індексації основних фондів збільшується статутний фонд товариства. Захистити права акціонерів в такій ситуації керівництво акціонерного товариства може двома шляхами:

1) додатково випустити відповідну кількість акцій та безоплатно розподілити між усіма акціонерами пропорційно до їх часток у статутному фонді;

2) проіндексувати номінальну вартість акцій, що мають акціонери. Старі акції безоплатно обмінюються на нові.

Часто посадові особи вітчизняних акціонерних товариств своєчасно цього не роблять (тому нерідко акціонери володіють акціями вартістю від 5 до 25 копійок). Спори з цих питань необхідно виносити на розгляд органів управління, а при невиконанні вимог акціонерів – передавати до суду.

Повне найменування акціонерного товариства українською мовою повинне містити назву його типу (публічне чи приватне) і організаційно-правової форми (акціонерне товариство).

У Німеччині акціонерна форма товариства позначається AG, у США акціонерні товариства називаються корпораціями, тому у назві міститься позначка corp., corpn або inc. (incorporated).

товариству письмове повідомлення про свій намір та оприлюднити його. Оприлюднення повідомлення здійснюється шляхом надання його Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку, кожній біржі, на якій товариство пройшло процедуру лістингу, та опублікування в офіційному друкованому органі. Товариство, значний пакет акцій якого придбавається, не має права вживати заходів з метою перешкоджання такому придбанню. Особа (особи, що діють спільно), яка внаслідок придбання акцій товариства з урахуванням кількості акцій, які належать їй та її афілійованим особам, стала власником контрольного пакета акцій товариства, протягом 20 днів з дати придбання зобов'язана запропонувати всім акціонерам придбати у них прості акції товариства. Ціна придбання акцій не може бути меншою за ринкову ціну.

Акціонерне товариство має право за рішенням загальних зборів викупити в акціонерів акції за згодою власників цих акцій. Кожний акціонер – має право вимагати здійснення обов'язкового викупу акціонерним товариством належних йому голосуючих акцій, якщо він зареєструвався для участі у загальних зборах та голосував проти прийняття загальними зборами значного рішення.

Формально система управління акціонерним товариством достатньо демократична: вищий орган – загальні збори, всі органи управління йому підзвітні. Однак зробити управління акціонерним товариством дійсно демократичним поки що ніде не вдавалося.

Акціонерне товариство має відшкодовувати власникам акцій збитки, пов'язані із змінами статутного фонду у разі індексації вартості майна. Так, після індексації основних фондів збільшується статутний фонд товариства. Захистити права акціонерів в такій ситуації керівництво акціонерного товариства може двома шляхами:

1) додатково випустити відповідну кількість акцій та безоплатно розподілити між усіма акціонерами пропорційно до їх часток у статутному фонді;

2) проіндексувати номінальну вартість акцій, що мають акціонери. Старі акції безоплатно обмінюються на нові.

Часто посадові особи вітчизняних акціонерних товариств своєчасно цього не роблять (тому нерідко акціонери володіють акціями вартістю від 5 до 25 копійок). Спори з цих питань необхідно виносити на розгляд органів управління, а при невиконанні вимог акціонерів – передавати до суду.

Повне найменування акціонерного товариства українською мовою повинне містити назву його типу (публічне чи приватне) і організаційно-правової форми (акціонерне товариство).

У Німеччині акціонерна форма товариства позначається AG, у США акціонерні товариства називаються корпораціями, тому у назві міститься позначка corp., corpn або inc. (incorporated).



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Назвіть ознаки класифікації та види підприємств
2. В чому полягають особливості кооперативів?
3. Які є види кооперативів?
4. Охарактеризуйте склад державного сектору економіки України
5. Назвіть суб'єкти, об'єкти та способи приватизації в Україні
6. В яких формах можуть здійснюватися іноземні інвестиції в Україні?
7. Назвіть вигоди та негативні наслідки створення в країні підприємств з іноземними інвестиціями (спільних підприємств).
8. Які критерії віднесення підприємства до малого встановлені в Україні?
9. Назвіть переваги та недоліки малого підприємництва
10. Охарактеризуйте динаміку сектору малого підприємництва в Україні
11. Від яких чинників залежить вибір організаційно-правової форми підприємства
12. Наведіть класифікацію основних організаційно-правових форм підприємства
13. Назвіть переваги та недоліки одноособового володіння
14. Охарактеризуйте види господарських товариств
15. Охарактеризуйте особливості, переваги та недоліки акціонерних товариств
16. Наведіть етапи створення та структуру управління акціонерного товариства



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Назвіть ознаки класифікації та види підприємств
2. В чому полягають особливості кооперативів?
3. Які є види кооперативів?
4. Охарактеризуйте склад державного сектору економіки України
5. Назвіть суб'єкти, об'єкти та способи приватизації в Україні
6. В яких формах можуть здійснюватися іноземні інвестиції в Україні?
7. Назвіть вигоди та негативні наслідки створення в країні підприємств з іноземними інвестиціями (спільних підприємств).
8. Які критерії віднесення підприємства до малого встановлені в Україні?
9. Назвіть переваги та недоліки малого підприємництва
10. Охарактеризуйте динаміку сектору малого підприємництва в Україні
11. Від яких чинників залежить вибір організаційно-правової форми підприємства
12. Наведіть класифікацію основних організаційно-правових форм підприємства
13. Назвіть переваги та недоліки одноособового володіння
14. Охарактеризуйте види господарських товариств
15. Охарактеризуйте особливості, переваги та недоліки акціонерних товариств
16. Наведіть етапи створення та структуру управління акціонерного товариства

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 5.1 Технологія створення власної справи
- 5.2 Формування початкового капіталу. Оцінка майна
- 5.3 Найменування та торговельна марка підприємства
- 5.4 Зміст установчих документів та їх підготовка
- 5.5 Державна реєстрація підприємницької діяльності
- 5.6 Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація підприємства. Реструктуризація підприємства
- 5.7 Типові помилки при заснуванні власної справи

5.1 Технологія створення власної справи

Суб'єкт господарювання може бути утворений за рішенням власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законодавством, також за рішенням інших органів, організацій і громадян шляхом заснування нового, реорганізації (злиття, приєднання, виділення, поділу, перетворення) діючого (діючих) суб'єкта господарювання.

Суб'єкти господарювання можуть утворюватися шляхом примусового поділу (виділення) діючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно.

Поняття «технологія» включає в собі методи, прийоми, режим роботи, послідовність операцій і процедур [170]. Створення власного підприємства і виконання підприємницьких функцій – надзвичайно складна, багатоаспектна і ризикова справа, яка вимагає певних знань, великої сили волі, затрат енергії, цілеспрямованості тощо.

Процес створення власної справи складається з **трьох стадій: підготовчої, установчої та організаційної**, які в свою чергу поділяються на етапи [54, 56, 127] (рисунок 5.1).

Прийняття рішення про підприємницьку діяльність – це досить відповідальний, визначальний етап діяльності підприємця. Психологічні аспекти прийняття рішення про започаткування власної справи під впливом багатьох факторів розглянуті в розділі 7. Рішення про підприємницьку діяльність формується на базі підприємницької ідеї та з урахуванням оцінки наявного потенціалу майбутнього підприємця.

Підприємницька ідея – це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення [107].

ОРГАНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 5.1 Технологія створення власної справи
- 5.2 Формування початкового капіталу. Оцінка майна
- 5.3 Найменування та торговельна марка підприємства
- 5.4 Зміст установчих документів та їх підготовка
- 5.5 Державна реєстрація підприємницької діяльності
- 5.6 Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація підприємства. Реструктуризація підприємства
- 5.7 Типові помилки при заснуванні власної справи

5.1 Технологія створення власної справи

Суб'єкт господарювання може бути утворений за рішенням власника (власників) майна або уповноваженого ним (ними) органу, а у випадках, спеціально передбачених законодавством, також за рішенням інших органів, організацій і громадян шляхом заснування нового, реорганізації (злиття, приєднання, виділення, поділу, перетворення) діючого (діючих) суб'єкта господарювання.

Суб'єкти господарювання можуть утворюватися шляхом примусового поділу (виділення) діючого суб'єкта господарювання за розпорядженням антимонопольних органів відповідно.

Поняття «технологія» включає в собі методи, прийоми, режим роботи, послідовність операцій і процедур [170]. Створення власного підприємства і виконання підприємницьких функцій – надзвичайно складна, багатоаспектна і ризикова справа, яка вимагає певних знань, великої сили волі, затрат енергії, цілеспрямованості тощо.

Процес створення власної справи складається з **трьох стадій: підготовчої, установчої та організаційної**, які в свою чергу поділяються на етапи [54, 56, 127] (рисунок 5.1).

Прийняття рішення про підприємницьку діяльність – це досить відповідальний, визначальний етап діяльності підприємця. Психологічні аспекти прийняття рішення про започаткування власної справи під впливом багатьох факторів розглянуті в розділі 7. Рішення про підприємницьку діяльність формується на базі підприємницької ідеї та з урахуванням оцінки наявного потенціалу майбутнього підприємця.

Підприємницька ідея – це конкретне цілісне знання про доцільність та можливість займатися певним видом підприємницької діяльності, а також чітке усвідомлення мети такої діяльності, шляхів та засобів її досягнення [107].

Ідея повинна базуватись на принципі: знайти потребу та задовольнити її. В період заснування, а також в процесі функціонування власної справи власником створюється та постійно поповнюється **банк підприємницьких ідей**, тобто перелік товарів та послуг, які може виготовляти (надавати) підприємство. Ця робота може мати як поточний, так і перспективний характер.

Ідея може бути як власною (оригінальною), так і запозиченою. Джерелами формування банку ідей можуть бути: знання, отримані в навчальних закладах; досвід родичів і знайомих; досягнення конкурентів; дослідження думки споживачів, працівників системи збуту; відвідування ярмарків, виставок. Істотним джерелом бізнесових ідей є засоби масової інформації та публікації у професійних виданнях, ресурси мережі Інтернет. На сайтах, присвячених організації підприємницькій діяльності всім бажаючим пропонуються тисячі перспективних бізнес-ідей в різноманітних сферах діяльності [prostobiz.ua, newidea.in.ua, forum.dobusiness.com.ua, biznesgid.com.ua, newbiz.com.ua, hobiz.ru, getidea.ru, homeidea.ru, bizidei.ru, bizcentr.com, bishelp.ru/svoe_delo/otras, 4bp.ru/For Business People та ін.]

Бізнес-ідеї бувають такі [186]:

- у виробництві або у сфері послуг;
- для жінок або для чоловіків;
- для малого, середнього або великого бізнесу;
- для стартового бізнесу або вже працюючого бізнесу;
- нові або свіжі бізнес ідеї і т. п.

Заробити мільярди на своїх ідеях змогли такі представники миру бізнесу:

1. Мішель Ферреро і його сім'я, відомий брендам Ferrero Rocher, Nutella, Kinder Eggs і ін., – один з найкрупніших виробників шоколаду в Європі. Усесвітню популярність і перші 10 млрд. доларів принесла йому ідея зробити шоколад частиною сніданку, продаючи шоколадне масло для тостів або бутербродів.

2. Топ-менеджера Бреда Хьюза, що працював на синдикат Property Research і займався операціями з нерухомістю, відвідала ідея поставити уздовж автострад автоматичні камери схову для всіх охочих. Покинувши компанію і заснувавши власний бізнес, Бред заробив на ідеї 5,3 млрд. доларів.

3. Перший офіс Джефа Бізоса розміщувався в гаражі міста Сіетл. Зараз це найбільший в світі віртуальний магазин Amazon.com. А почав свій бізнес працівник Уолл-стріт з ідеї продавати книги через Інтернет. І досяг успіху: ідея принесла йому 4,4 млрд доларів.

Бізнес ідеї в Україні захищаються на законодавчому рівні законом України про авторські права. Готові бізнес ідеї для малого і середнього бізнесу можна продавати або купувати за допомогою франчайзингової схеми (див. розділ 8).

Ідея повинна базуватись на принципі: знайти потребу та задовольнити її. В період заснування, а також в процесі функціонування власної справи власником створюється та постійно поповнюється **банк підприємницьких ідей**, тобто перелік товарів та послуг, які може виготовляти (надавати) підприємство. Ця робота може мати як поточний, так і перспективний характер.

Ідея може бути як власною (оригінальною), так і запозиченою. Джерелами формування банку ідей можуть бути: знання, отримані в навчальних закладах; досвід родичів і знайомих; досягнення конкурентів; дослідження думки споживачів, працівників системи збуту; відвідування ярмарків, виставок. Істотним джерелом бізнесових ідей є засоби масової інформації та публікації у професійних виданнях, ресурси мережі Інтернет. На сайтах, присвячених організації підприємницькій діяльності всім бажаючим пропонуються тисячі перспективних бізнес-ідей в різноманітних сферах діяльності [prostobiz.ua, newidea.in.ua, forum.dobusiness.com.ua, biznesgid.com.ua, newbiz.com.ua, hobiz.ru, getidea.ru, homeidea.ru, bizidei.ru, bizcentr.com, bishelp.ru/svoe_delo/otras, 4bp.ru/For Business People та ін.]

Бізнес-ідеї бувають такі [186]:

- у виробництві або у сфері послуг;
- для жінок або для чоловіків;
- для малого, середнього або великого бізнесу;
- для стартового бізнесу або вже працюючого бізнесу;
- нові або свіжі бізнес ідеї і т. п.

Заробити мільярди на своїх ідеях змогли такі представники миру бізнесу:

1. Мішель Ферреро і його сім'я, відомий брендам Ferrero Rocher, Nutella, Kinder Eggs і ін., – один з найкрупніших виробників шоколаду в Європі. Усесвітню популярність і перші 10 млрд. доларів принесла йому ідея зробити шоколад частиною сніданку, продаючи шоколадне масло для тостів або бутербродів.

2. Топ-менеджера Бреда Хьюза, що працював на синдикат Property Research і займався операціями з нерухомістю, відвідала ідея поставити уздовж автострад автоматичні камери схову для всіх охочих. Покинувши компанію і заснувавши власний бізнес, Бред заробив на ідеї 5,3 млрд. доларів.

3. Перший офіс Джефа Бізоса розміщувався в гаражі міста Сіетл. Зараз це найбільший в світі віртуальний магазин Amazon.com. А почав свій бізнес працівник Уолл-стріт з ідеї продавати книги через Інтернет. І досяг успіху: ідея принесла йому 4,4 млрд доларів.

Бізнес ідеї в Україні захищаються на законодавчому рівні законом України про авторські права. Готові бізнес ідеї для малого і середнього бізнесу можна продавати або купувати за допомогою франчайзингової схеми (див. розділ 8).

При виборі ідеї потенційний підприємець може керуватись такими критеріями:

- знання даного виду діяльності та наявність відповідних здібностей підприємця;
- мінімальна потреба у початковому капіталі;
- мінімальний термін отримання результату;
- можливість державної підтримки;
- допустимий ризик та низький рівень конкуренції.

Бізнес ідея має проходити експертну оцінку з боку підприємця та залучених фахівців, треба оцінити ефект від її реалізації.

Якщо ідея обрана, починається другий етап – визначення цілей та розробка стратегії підприємницької діяльності. На цьому етапі визначається варіант початку бізнесу, вид діяльності підприємства, здійснюється вибір місця розташування підприємства.

Потенційний підприємець може обирати з таких варіантів початку (старту) бізнесу [178]:

- почати свою справу самостійно. Це найбільш розповсюджений спосіб, але треба мати на увазі, що на становлення бізнесу, заснованого на власній бізнес-ідеї потрібні значний час та первісні витрати. Однак існує можливість звернутись до державних, громадських або приватних структур підтримки підприємництва (див. розділ 3, пит.2);

- придбати готовий бізнес або знайти партнера, у якого вже є бізнес. При купівлі бізнесу треба дізнатися про причину продажу. Часто під виглядом перспективного бізнесу продається невдалий проект, наприклад, ресторан в непрохідному місці або виробництво незатребуваної продукції. Вкладення в придбання ефективно працюючого малого чи середнього бізнесу звичайно скуповуються за півтори-два роки.

- купити франшизу. Купівля франшизи – це оптимальний варіант для тих, хто бажає інвестувати кошти у бізнес, але не зовсім готовий створювати власну справу з нуля. Франчайзинг – це найбільш швидкий спосіб організації власної справи, використовуючи технології, ноу-хау, торгову марку відомої фірми, але при цьому зменшується прибуток (див. розділ 8).

Класифікація видів діяльності відображає різні сфери господарства – матеріальне виробництво (сільське, лісове, рибне господарство, промисловість, будівництво), послуги виробничого характеру та нематеріального характеру (див. Розділ 2). При виборі виду діяльності варто звернути увагу на перспективні напрямки розвитку видів підприємництва (інтернет-бізнес, домашній бізнес, хенд-мейд та ін.). Фахівцями розглядаються різні бізнес-моделі (типи бізнесу) з урахуванням сучасних тенденцій та можливостей інноваційних технологій [176]:

- домашній (Home-based) бізнес. Підприємець працює у власній оселі. Це може бути невелика фірма по виробництву пиріжків або екс-

При виборі ідеї потенційний підприємець може керуватись такими критеріями:

- знання даного виду діяльності та наявність відповідних здібностей підприємця;
- мінімальна потреба у початковому капіталі;
- мінімальний термін отримання результату;
- можливість державної підтримки;
- допустимий ризик та низький рівень конкуренції.

Бізнес ідея має проходити експертну оцінку з боку підприємця та залучених фахівців, треба оцінити ефект від її реалізації.

Якщо ідея обрана, починається другий етап – визначення цілей та розробка стратегії підприємницької діяльності. На цьому етапі визначається варіант початку бізнесу, вид діяльності підприємства, здійснюється вибір місця розташування підприємства.

Потенційний підприємець може обирати з таких варіантів початку (старту) бізнесу [178]:

- почати свою справу самостійно. Це найбільш розповсюджений спосіб, але треба мати на увазі, що на становлення бізнесу, заснованого на власній бізнес-ідеї потрібні значний час та первісні витрати. Однак існує можливість звернутись до державних, громадських або приватних структур підтримки підприємництва (див. розділ 3, пит.2);

- придбати готовий бізнес або знайти партнера, у якого вже є бізнес. При купівлі бізнесу треба дізнатися про причину продажу. Часто під виглядом перспективного бізнесу продається невдалий проект, наприклад, ресторан в непрохідному місці або виробництво незатребуваної продукції. Вкладення в придбання ефективно працюючого малого чи середнього бізнесу звичайно скуповуються за півтори-два роки.

- купити франшизу. Купівля франшизи – це оптимальний варіант для тих, хто бажає інвестувати кошти у бізнес, але не зовсім готовий створювати власну справу з нуля. Франчайзинг – це найбільш швидкий спосіб організації власної справи, використовуючи технології, ноу-хау, торгову марку відомої фірми, але при цьому зменшується прибуток (див. розділ 8).

Класифікація видів діяльності відображає різні сфери господарства – матеріальне виробництво (сільське, лісове, рибне господарство, промисловість, будівництво), послуги виробничого характеру та нематеріального характеру (див. Розділ 2). При виборі виду діяльності варто звернути увагу на перспективні напрямки розвитку видів підприємництва (інтернет-бізнес, домашній бізнес, хенд-мейд та ін.). Фахівцями розглядаються різні бізнес-моделі (типи бізнесу) з урахуванням сучасних тенденцій та можливостей інноваційних технологій [176]:

- домашній (Home-based) бізнес. Підприємець працює у власній оселі. Це може бути невелика фірма по виробництву пиріжків або екс-

люзивного одягу, приватні консультації та ін. Переваги – менші ризики, не потрібно робити значні первинні вкладення, немає потреби в офісі та персоналі, краще використовується вільний час. Недолік – обмежені можливості застосування приміщення;

– звичайний бізнес. Цей тип найзвичніший і часто зустрічається. Це бізнес з класичним фізичним місцеположенням за межами місця проживання власника, який є або роздрібним продажем, або оптовою торгівлею, обслуговуванням або виробництвом. Немає обмеження за масштабами бізнесу. Недолік – вищий ризик і первинні витрати (оренда офісу, найм персоналу);

– e-Commerce (електронна комерція). Підприємець взаємодіє з клієнтом не особисто, а продає свій продукт через веб-сайт. Як з домашнім бізнесом, це нижчий ризик, і потрібно менше капіталу для старту (немає потреби у великій кількості персоналу, інвентарю і послуг). Гнучка зайнятість – повний робочий день або декілька годин. Можливість з легкістю взаємодіяти з клієнтами по всьому світі. Але цей тип бізнесу потребує взаємодії з реальним світом: відвантаження товарів, бухгалтерські звітності, банківські операції пов'язані з оплатою за послуги або товар. Різновид електронної комерції – eBay. Це розташування інтернет-магазину на сайті іншої фірми з дозволом користуватися його сервісом та аудиторією за невеликий відсоток. Тобто підприємець сам не створює з нуля сайт, не рекламує та не підтримує його, а використовує вже розкручений проект. Основною ідеєю eBay є надання продавцям інтернет-платформи для продажу будь-яких товарів. Сама фірма eBay виступає лише в ролі посередника при укладенні договору купівлі-продажу між продавцем і покупцем. Оплата товару і його пересилка відбувається без участі eBay. За використання платформи продавці платять внесок, що зазвичай складається із збору за виставлення лота і відсотка від ціни продажу. Для покупців використання eBay безкоштовно;

– продаж ліцензії. Якщо власник винаходу, корисної ідеї, програмного продукту не бажає вести власний бізнес з виробництва продукції та надання послуг, він може оформити патент або авторське право на інтелектуальну власність та отримувати прибуток від продажу ліцензії на її використання іншим фірмам. Переваги – низький ризик та витрати (на виготовлення зразка та тестування). Недолік – імовірність низьких ліцензійних платежів, за статистикою менш ніж 3% всіх запатентованих ідей мають успіх;

– багаторівневий (сітьовий) маркетинг (англ. multilevel marketing, MLM) – метод просування продукції від виробника до споживача, при якому незалежні збутові агенти (дистрибутори) фірми-виробника встановлюють безпосередні контакти з потенційними покупцями, наприклад, в місцях мешкання або роботи останніх. Збутовий агент отримує прибуток від реалізації ним товарів безпосередньо покупцеві, а також

люзивного одягу, приватні консультації та ін. Переваги – менші ризики, не потрібно робити значні первинні вкладення, немає потреби в офісі та персоналі, краще використовується вільний час. Недолік – обмежені можливості застосування приміщення;

– звичайний бізнес. Цей тип найзвичніший і часто зустрічається. Це бізнес з класичним фізичним місцеположенням за межами місця проживання власника, який є або роздрібним продажем, або оптовою торгівлею, обслуговуванням або виробництвом. Немає обмеження за масштабами бізнесу. Недолік – вищий ризик і первинні витрати (оренда офісу, найм персоналу);

– e-Commerce (електронна комерція). Підприємець взаємодіє з клієнтом не особисто, а продає свій продукт через веб-сайт. Як з домашнім бізнесом, це нижчий ризик, і потрібно менше капіталу для старту (немає потреби у великій кількості персоналу, інвентарю і послуг). Гнучка зайнятість – повний робочий день або декілька годин. Можливість з легкістю взаємодіяти з клієнтами по всьому світі. Але цей тип бізнесу потребує взаємодії з реальним світом: відвантаження товарів, бухгалтерські звітності, банківські операції пов'язані з оплатою за послуги або товар. Різновид електронної комерції – eBay. Це розташування інтернет-магазину на сайті іншої фірми з дозволом користуватися його сервісом та аудиторією за невеликий відсоток. Тобто підприємець сам не створює з нуля сайт, не рекламує та не підтримує його, а використовує вже розкручений проект. Основною ідеєю eBay є надання продавцям інтернет-платформи для продажу будь-яких товарів. Сама фірма eBay виступає лише в ролі посередника при укладенні договору купівлі-продажу між продавцем і покупцем. Оплата товару і його пересилка відбувається без участі eBay. За використання платформи продавці платять внесок, що зазвичай складається із збору за виставлення лота і відсотка від ціни продажу. Для покупців використання eBay безкоштовно;

– продаж ліцензії. Якщо власник винаходу, корисної ідеї, програмного продукту не бажає вести власний бізнес з виробництва продукції та надання послуг, він може оформити патент або авторське право на інтелектуальну власність та отримувати прибуток від продажу ліцензії на її використання іншим фірмам. Переваги – низький ризик та витрати (на виготовлення зразка та тестування). Недолік – імовірність низьких ліцензійних платежів, за статистикою менш ніж 3% всіх запатентованих ідей мають успіх;

– багаторівневий (сітьовий) маркетинг (англ. multilevel marketing, MLM) – метод просування продукції від виробника до споживача, при якому незалежні збутові агенти (дистрибутори) фірми-виробника встановлюють безпосередні контакти з потенційними покупцями, наприклад, в місцях мешкання або роботи останніх. Збутовий агент отримує прибуток від реалізації ним товарів безпосередньо покупцеві, а також

у вигляді певного відсотка від суми реалізації збутових агентів всій або частини своєї мережі нижчестоящих збутових агентів у випадку, якщо така мережа їм створена. Переваги – обмежені витрати запуску, можливість займатись таким бізнесом у будь-який час та у будь-якому віці. Недоліки – мінімальна підтримка головної організації, більшість людей не можуть продати продукт так ефективно, як планували; часто починають розглядати друзів в якості клієнтів.

Вибір сфери та виду підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) здійснюється з урахуванням [129]:

- суті та спрямованості самої ідеї майбутнього бізнесу;
- особистих факторів (власний практичний досвід та потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням самого підприємця);
- зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо захищені сфери й види діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні й майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Засновнику необхідно визначитись, якими видами підприємницької діяльності він буде займатись, ще до початку процесу реєстрації. В заяві на реєстрацію він повинен буде вказати коди видів діяльності відповідно до державного класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД). При цьому треба врахувати, що зайняття деякими видами діяльності потребує отримання ліцензії або патенту.

При виборі місця розташування бізнесу враховують такі фактори як особливості галузі, потенційний ринок, кількість та потужність конкурентів, близькість до джерел постачання та споживачів, транспортна доступність, доступність робочої сили.

Далі після аналізу зовнішнього середовища майбутнього підприємства та проведення маркетингових досліджень визначається предмет, спеціалізація (асортимент продукції, послуг) і масштаб діяльності, розробляється стратегія розвитку підприємства на майбутній період та оформлюється у вигляді бізнес-плану підприємства (див. розділ 6).

На наступному етапі відбувається вибір організаційно-правової форми підприємництва. Відповідно до законодавства України можна заснувати: приватне підприємство, повне, командитне товариство, товариство з обмеженою, додатковою відповідальністю або акціонерне товариство приватного чи публічного типу. Важливо зазначити, що підприємницьку діяльність можна здійснювати і без набуття статусу юридичної особи у якості фізичної особи – підприємця.

Вибір тієї чи іншої організаційної форми підприємства залежить від ознак, за якими такі форми різняться. Також треба враховувати перева-

у вигляді певного відсотка від суми реалізації збутових агентів всій або частини своєї мережі нижчестоящих збутових агентів у випадку, якщо така мережа їм створена. Переваги – обмежені витрати запуску, можливість займатись таким бізнесом у будь-який час та у будь-якому віці. Недоліки – мінімальна підтримка головної організації, більшість людей не можуть продати продукт так ефективно, як планували; часто починають розглядати друзів в якості клієнтів.

Вибір сфери та виду підприємницької діяльності (виробництво, оптова торгівля, роздрібна торгівля, послуги, будівництво, фінансова діяльність тощо) здійснюється з урахуванням [129]:

- суті та спрямованості самої ідеї майбутнього бізнесу;
- особистих факторів (власний практичний досвід та потенціал, наявність відповідної освіти та знань, відповідність сфери бізнесу інтересам і вподобанням самого підприємця);
- зовнішніх факторів (реальна економічна ситуація, законодавчо захищені сфери й види діяльності, необхідність ліцензування діяльності, державні пріоритети в розвитку окремих галузей, сучасні й майбутні потреби споживачів, ступінь конкуренції в галузі, стадії життєвого циклу виробів, наявність необхідних ресурсів, інші специфічні зовнішні фактори).

Засновнику необхідно визначитись, якими видами підприємницької діяльності він буде займатись, ще до початку процесу реєстрації. В заяві на реєстрацію він повинен буде вказати коди видів діяльності відповідно до державного класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД). При цьому треба врахувати, що зайняття деякими видами діяльності потребує отримання ліцензії або патенту.

При виборі місця розташування бізнесу враховують такі фактори як особливості галузі, потенційний ринок, кількість та потужність конкурентів, близькість до джерел постачання та споживачів, транспортна доступність, доступність робочої сили.

Далі після аналізу зовнішнього середовища майбутнього підприємства та проведення маркетингових досліджень визначається предмет, спеціалізація (асортимент продукції, послуг) і масштаб діяльності, розробляється стратегія розвитку підприємства на майбутній період та оформлюється у вигляді бізнес-плану підприємства (див. розділ 6).

На наступному етапі відбувається вибір організаційно-правової форми підприємництва. Відповідно до законодавства України можна заснувати: приватне підприємство, повне, командитне товариство, товариство з обмеженою, додатковою відповідальністю або акціонерне товариство приватного чи публічного типу. Важливо зазначити, що підприємницьку діяльність можна здійснювати і без набуття статусу юридичної особи у якості фізичної особи – підприємця.

Вибір тієї чи іншої організаційної форми підприємства залежить від ознак, за якими такі форми різняться. Також треба враховувати перева-

ги та недоліки кожної з цих форм (див. розділ 4, п. 4.6). Крім того, прийняття рішення щодо вибору організаційно-правової форми підприємства залежить від багатьох інших чинників, починаючи від особливостей середовища майбутнього бізнесу і завершуючи особистими якостями та уподобаннями самого підприємця. На вибір впливає такий психологічний аспект: на початку своєї діяльності, при створенні власної справи підприємець намагається уявити себе як самостійний, незалежний суб'єкт господарювання, реалізувати власні потреби та інтереси. А вже під час подальшого розвитку підприємницької справи він усвідомлює ефективність різних форм товариства [86].

Найбільш розповсюдженою в Україні є діяльність фізичної особи-підприємця без створення підприємства. Її переваги: спрощена процедура реєстрації, спрощена система обліку та звітності, можливість сплати єдиного податку. Але при цьому фізична особа-підприємець відповідає за зобов'язаннями усім своїм майном. При створенні юридичної особи в Україні у більшості випадків вибір відбувається тільки між двома організаційно-правовими формами: приватне підприємство чи товариство з обмеженою відповідальністю. Критеріями вибору між цими формами стають в основному простота створення приватного підприємства проти «солідності» товариства з обмеженою відповідальністю, що викликає більше довіри. Форма приватного підприємства найкраще підходить для тих осіб, яких вже не задовольняють обсяги діяльності фізичної особи-підприємця та які мають намір виходити на більш вибагливих споживачів, при цьому не маючи партнерів. Товариство з обмеженою відповідальністю – одна з найкраще регламентованих форм бізнесу в Україні, яка є найбільш захищеною від рейдерських атак порівняно з іншими і яка досить детально регламентує відносини з партнерами та третіми особами. Тому ця форма найбільш актуальна для тих осіб, які починають його з партнерами, або хочуть виходити на серйозні ринки з подальшим продажем компанії. При створенні підприємств з іноземними інвестиціями в Україні обирається форма товариства з обмеженою відповідальністю, яка забезпечує іноземному партнеру обмежену відповідальність при відсутності додаткових формальностей у вигляді випуску акцій. Вибір форми акціонерного товариства може відбуватись через простоту передачі прав власності шляхом відчуження акцій та можливість залучення великих капіталів. Додаткові складності при створенні акціонерного товариства такі: формування статутного капіталу не менше 1250 мінімальних заробітних плат, спеціальні зобов'язання учасника ринку цінних паперів (договори з депозитаріями, надання інформації Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку, публікація звітності, складна структура управління), значно більший термін реєстрації. Приватне акціонерне товариство на відміну від публічного дозволяє надійніше захистити власний бізнес від рей-

ги та недоліки кожної з цих форм (див. розділ 4, п. 4.6). Крім того, прийняття рішення щодо вибору організаційно-правової форми підприємства залежить від багатьох інших чинників, починаючи від особливостей середовища майбутнього бізнесу і завершуючи особистими якостями та уподобаннями самого підприємця. На вибір впливає такий психологічний аспект: на початку своєї діяльності, при створенні власної справи підприємець намагається уявити себе як самостійний, незалежний суб'єкт господарювання, реалізувати власні потреби та інтереси. А вже під час подальшого розвитку підприємницької справи він усвідомлює ефективність різних форм товариства [86].

Найбільш розповсюдженою в Україні є діяльність фізичної особи-підприємця без створення підприємства. Її переваги: спрощена процедура реєстрації, спрощена система обліку та звітності, можливість сплати єдиного податку. Але при цьому фізична особа-підприємець відповідає за зобов'язаннями усім своїм майном. При створенні юридичної особи в Україні у більшості випадків вибір відбувається тільки між двома організаційно-правовими формами: приватне підприємство чи товариство з обмеженою відповідальністю. Критеріями вибору між цими формами стають в основному простота створення приватного підприємства проти «солідності» товариства з обмеженою відповідальністю, що викликає більше довіри. Форма приватного підприємства найкраще підходить для тих осіб, яких вже не задовольняють обсяги діяльності фізичної особи-підприємця та які мають намір виходити на більш вибагливих споживачів, при цьому не маючи партнерів. Товариство з обмеженою відповідальністю – одна з найкраще регламентованих форм бізнесу в Україні, яка є найбільш захищеною від рейдерських атак порівняно з іншими і яка досить детально регламентує відносини з партнерами та третіми особами. Тому ця форма найбільш актуальна для тих осіб, які починають його з партнерами, або хочуть виходити на серйозні ринки з подальшим продажем компанії. При створенні підприємств з іноземними інвестиціями в Україні обирається форма товариства з обмеженою відповідальністю, яка забезпечує іноземному партнеру обмежену відповідальність при відсутності додаткових формальностей у вигляді випуску акцій. Вибір форми акціонерного товариства може відбуватись через простоту передачі прав власності шляхом відчуження акцій та можливість залучення великих капіталів. Додаткові складності при створенні акціонерного товариства такі: формування статутного капіталу не менше 1250 мінімальних заробітних плат, спеціальні зобов'язання учасника ринку цінних паперів (договори з депозитаріями, надання інформації Національній комісії з цінних паперів та фондового ринку, публікація звітності, складна структура управління), значно більший термін реєстрації. Приватне акціонерне товариство на відміну від публічного дозволяє надійніше захистити власний бізнес від рей-

дерських захоплень. Підсумовуючи все вищезазначене, можна дати майбутнім підприємцям наступні поради: якщо підприємець тільки починає власну справу та збирається здійснювати свою діяльність самостійно чи залучаючи найманих працівників, йому варто зареєструватися як фізична особа – платник єдиного (фіксованого) податку. Якщо майбутня діяльність підприємця може супроводжуватися комерційними ризиками, то йому варто реєструвати юридичну особу [58, 144].

Першим етапом установчої стадії для справи у формі товариства є визначення складу засновників. Допомогу в пошуку надійних партнерів можуть надавати міські та обласні бізнес-центри.

Наступний етап – визначення величини та джерел формування початкового капіталу.

5.2 Формування початкового капіталу. Оцінка майна

Засновуючи власну справу, підприємець постає перед проблемою пошуку початкового (стартового) капіталу. **Початковий капітал** – це сума коштів, необхідних для започаткування підприємства (справи).

Одній з найважливіших причин невдач в підприємництві є недостатність стартового капіталу. Отже, майбутньому підприємцю необхідно провести детальні розрахунки для того, щоб оцінити фінансові потреби в процесі заснування та функціонування бізнесу.

Величина мінімального капіталу, необхідного для започаткування справи, залежить від виду діяльності. Взагалі до складу витрат на заснування справи входять [120]:

- витрати на реєстрацію (можуть включати оплату послуг посередника);
- витрати на оформлення атрибутів фірми;
- оренда, купівля або будівництво приміщення, при необхідності – перепроєктування приміщення;
- плата за отримання ліцензії, патенту, інших дозвільних документів;
- купівля або оренда виробничого обладнання, інструменту, технології;
- купівля запасу сировини, матеріалів;
- купівля інвентарю (меблі), офісного обладнання (комп'ютерна техніка, засоби комунікації), програмного забезпечення;
- витрати на персонал (пошук, найм, навчання);
- витрати на рекламу та маркетингові дослідження.

Потреба підприємця в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї. Крім того, існують як капіталомісткі галузі, так і такі, що не потребують великих вкладень капіталу. Під час формування початково-

дерських захоплень. Підсумовуючи все вищезазначене, можна дати майбутнім підприємцям наступні поради: якщо підприємець тільки починає власну справу та збирається здійснювати свою діяльність самостійно чи залучаючи найманих працівників, йому варто зареєструватися як фізична особа – платник єдиного (фіксованого) податку. Якщо майбутня діяльність підприємця може супроводжуватися комерційними ризиками, то йому варто реєструвати юридичну особу [58, 144].

Першим етапом установчої стадії для справи у формі товариства є визначення складу засновників. Допомогу в пошуку надійних партнерів можуть надавати міські та обласні бізнес-центри.

Наступний етап – визначення величини та джерел формування початкового капіталу.

5.2 Формування початкового капіталу. Оцінка майна

Засновуючи власну справу, підприємець постає перед проблемою пошуку початкового (стартового) капіталу. **Початковий капітал** – це сума коштів, необхідних для започаткування підприємства (справи).

Одній з найважливіших причин невдач в підприємництві є недостатність стартового капіталу. Отже, майбутньому підприємцю необхідно провести детальні розрахунки для того, щоб оцінити фінансові потреби в процесі заснування та функціонування бізнесу.

Величина мінімального капіталу, необхідного для започаткування справи, залежить від виду діяльності. Взагалі до складу витрат на заснування справи входять [120]:

- витрати на реєстрацію (можуть включати оплату послуг посередника);
- витрати на оформлення атрибутів фірми;
- оренда, купівля або будівництво приміщення, при необхідності – перепроєктування приміщення;
- плата за отримання ліцензії, патенту, інших дозвільних документів;
- купівля або оренда виробничого обладнання, інструменту, технології;
- купівля запасу сировини, матеріалів;
- купівля інвентарю (меблі), офісного обладнання (комп'ютерна техніка, засоби комунікації), програмного забезпечення;
- витрати на персонал (пошук, найм, навчання);
- витрати на рекламу та маркетингові дослідження.

Потреба підприємця в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї. Крім того, існують як капіталомісткі галузі, так і такі, що не потребують великих вкладень капіталу. Під час формування початково-

го капіталу доцільно враховувати можливі альтернативні варіанти перебігу подій (песимістичний, оптимістичний, найбільш реальний) [86].

Як показує практика, найкращими сферами за обсягом первинних вкладень, простою організації та окупністю для «старт-апа» малого бізнесу є торгівля, сфера послуг і громадське харчування.

Майном визнається сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються чи використовуються у діяльності суб'єктів господарювання та відображаються в їх балансі або враховуються в інших формах обліку майна.

Залежно від економічної форми, якої набуває майно у процесі здійснення господарської діяльності, майнові цінності належать до основних фондів, оборотних засобів, коштів, товарів. Основними фондами виробничого і невиробничого призначення є будинки, споруди, машини та устаткування, обладнання, інструмент, виробничий інвентар і приладдя, господарський інвентар та інше майно тривалого використання, що віднесено до основних фондів. Оборотними засобами є сировина, паливо, матеріали, малоцінні предмети та предмети, що швидко зношуються, інше майно виробничого і невиробничого призначення, що віднесено до оборотних засобів. Коштами у складі майна суб'єктів господарювання є гроші у національній та іноземній валюті, призначені для здійснення товарних відносин цих суб'єктів з іншими суб'єктами, а також фінансових відносин. Товарами у складі майна суб'єктів господарювання визнаються вироблена продукція (товарні запаси), виконані роботи та послуги. Особливим видом майна суб'єктів господарювання є цінні папери. Об'єктами прав інтелектуальної власності у сфері господарювання визнаються: винаходи та корисні моделі; промислові зразки; сорти рослин та породи тварин; торговельні марки (знаки для товарів і послуг); комерційне (фірмове) найменування; географічне зазначення; комерційна тасмніця; комп'ютерні програми; інші об'єкти.

Джерелами формування майна суб'єктів господарювання є: грошові та матеріальні внески засновників; доходи від реалізації продукції (робіт, послуг); доходи від цінних паперів; капітальні вкладення і дотації з бюджетів; надходження від продажу (здачі в оренду) майнових об'єктів (комплексів), що належать їм, придбання майна інших суб'єктів; кредити банків та інших кредиторів; безоплатні та благодійні внески, пожертвування організацій і громадян; інші джерела. Суб'єктам господарювання може передаватися у власність земля із закритими водоймами, ділянками лісів, загальнопоширеними корисними копалинами, що знаходяться в ній, у тому числі громадянам для ведення фермерського господарства, а також сільськогосподарським підприємствам – для господарської діяльності.

До державного майна у сфері господарювання належать цілісні майнові комплекси державних підприємств або їх структурних підрозділів,

го капіталу доцільно враховувати можливі альтернативні варіанти перебігу подій (песимістичний, оптимістичний, найбільш реальний) [86].

Як показує практика, найкращими сферами за обсягом первинних вкладень, простою організації та окупністю для «старт-апа» малого бізнесу є торгівля, сфера послуг і громадське харчування.

Майном визнається сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються чи використовуються у діяльності суб'єктів господарювання та відображаються в їх балансі або враховуються в інших формах обліку майна.

Залежно від економічної форми, якої набуває майно у процесі здійснення господарської діяльності, майнові цінності належать до основних фондів, оборотних засобів, коштів, товарів. Основними фондами виробничого і невиробничого призначення є будинки, споруди, машини та устаткування, обладнання, інструмент, виробничий інвентар і приладдя, господарський інвентар та інше майно тривалого використання, що віднесено до основних фондів. Оборотними засобами є сировина, паливо, матеріали, малоцінні предмети та предмети, що швидко зношуються, інше майно виробничого і невиробничого призначення, що віднесено до оборотних засобів. Коштами у складі майна суб'єктів господарювання є гроші у національній та іноземній валюті, призначені для здійснення товарних відносин цих суб'єктів з іншими суб'єктами, а також фінансових відносин. Товарами у складі майна суб'єктів господарювання визнаються вироблена продукція (товарні запаси), виконані роботи та послуги. Особливим видом майна суб'єктів господарювання є цінні папери. Об'єктами прав інтелектуальної власності у сфері господарювання визнаються: винаходи та корисні моделі; промислові зразки; сорти рослин та породи тварин; торговельні марки (знаки для товарів і послуг); комерційне (фірмове) найменування; географічне зазначення; комерційна тасмніця; комп'ютерні програми; інші об'єкти.

Джерелами формування майна суб'єктів господарювання є: грошові та матеріальні внески засновників; доходи від реалізації продукції (робіт, послуг); доходи від цінних паперів; капітальні вкладення і дотації з бюджетів; надходження від продажу (здачі в оренду) майнових об'єктів (комплексів), що належать їм, придбання майна інших суб'єктів; кредити банків та інших кредиторів; безоплатні та благодійні внески, пожертвування організацій і громадян; інші джерела. Суб'єктам господарювання може передаватися у власність земля із закритими водоймами, ділянками лісів, загальнопоширеними корисними копалинами, що знаходяться в ній, у тому числі громадянам для ведення фермерського господарства, а також сільськогосподарським підприємствам – для господарської діяльності.

До державного майна у сфері господарювання належать цілісні майнові комплекси державних підприємств або їх структурних підрозділів,

нерухоме майно, інше окреме індивідуально визначене майно державних підприємств, акції (частки, паї) держави у майні суб'єктів господарювання різних форм власності, а також майно, закріплене за державними установами і організаціями.

Таким чином, підприємницький капітал охоплює певні капіталоутворюючі елементи, а саме [128]:

1) основні фонди (будівлі, споруди, устаткування, рухомий склад транспорту, інструменти тощо), які використовуються підприємцем на законній підставі (не лише як об'єкти власності, а й на правах оренди, лізингу, тимчасового користування тощо);

2) оборотні засоби, кошти, товари;

3) об'єкти прав інтелектуальної власності, майнових прав.

Отже, величину підприємницького капіталу (КП) можна обчислити за формулою:

$$\text{КП} = \text{ОФ} + \text{ОЗ} + \text{ОП},$$

де ОФ – основні фонди;

ОЗ – оборотні засоби, кошти, товари;

ОП – об'єкти прав інтелектуальної власності, майнових прав.

Власний капітал (вартість чистих активів) підприємства – різниця між сукупною вартістю майна (активів) підприємства та вартістю його зобов'язань перед іншими особами.

Основу майна суб'єкта господарювання становить статутний (складений) капітал. **Статутний (складений) капітал** створюється внесенням вкладів засновниками (учасниками). Вкладом до статутного (складеного) капіталу можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку (будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; кошти засновників; усі види майнових прав – на користування землею та іншими природними ресурсами, різними майновими об'єктами, а також на використання винаходів, «ноу-хау» тощо). Забороняється використовувати для формування статутного (складеного) капіталу господарського товариства бюджетні кошти, кошти, одержані в кредит та під заставу, векселі, майно державних (комунальних) підприємств, яке не підлягає приватизації. Грошова оцінка вкладу учасника господарського товариства здійснюється за згодою учасників товариства, може проводитись незалежна оцінка.

Строки, розмір, порядок внесення та оцінка вкладів кожного засновника (учасника) до статутного капіталу обумовлюються в установчих документах. Для акціонерного товариства законодавством визначений мінімальний обсяг статутного капіталу – сума еквівалентна 1250 мінімальним заробітним платам (відповідно до ставки на момент його створення).

Статутний капітал може поповнюватися за рахунок прибутку від господарської діяльності підприємства, а в разі потреби також дода-

нерухоме майно, інше окреме індивідуально визначене майно державних підприємств, акції (частки, паї) держави у майні суб'єктів господарювання різних форм власності, а також майно, закріплене за державними установами і організаціями.

Таким чином, підприємницький капітал охоплює певні капіталоутворюючі елементи, а саме [128]:

1) основні фонди (будівлі, споруди, устаткування, рухомий склад транспорту, інструменти тощо), які використовуються підприємцем на законній підставі (не лише як об'єкти власності, а й на правах оренди, лізингу, тимчасового користування тощо);

2) оборотні засоби, кошти, товари;

3) об'єкти прав інтелектуальної власності, майнових прав.

Отже, величину підприємницького капіталу (КП) можна обчислити за формулою:

$$\text{КП} = \text{ОФ} + \text{ОЗ} + \text{ОП},$$

де ОФ – основні фонди;

ОЗ – оборотні засоби, кошти, товари;

ОП – об'єкти прав інтелектуальної власності, майнових прав.

Власний капітал (вартість чистих активів) підприємства – різниця між сукупною вартістю майна (активів) підприємства та вартістю його зобов'язань перед іншими особами.

Основу майна суб'єкта господарювання становить статутний (складений) капітал. **Статутний (складений) капітал** створюється внесенням вкладів засновниками (учасниками). Вкладом до статутного (складеного) капіталу можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку (будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; кошти засновників; усі види майнових прав – на користування землею та іншими природними ресурсами, різними майновими об'єктами, а також на використання винаходів, «ноу-хау» тощо). Забороняється використовувати для формування статутного (складеного) капіталу господарського товариства бюджетні кошти, кошти, одержані в кредит та під заставу, векселі, майно державних (комунальних) підприємств, яке не підлягає приватизації. Грошова оцінка вкладу учасника господарського товариства здійснюється за згодою учасників товариства, може проводитись незалежна оцінка.

Строки, розмір, порядок внесення та оцінка вкладів кожного засновника (учасника) до статутного капіталу обумовлюються в установчих документах. Для акціонерного товариства законодавством визначений мінімальний обсяг статутного капіталу – сума еквівалентна 1250 мінімальним заробітним платам (відповідно до ставки на момент його створення).

Статутний капітал може поповнюватися за рахунок прибутку від господарської діяльності підприємства, а в разі потреби також дода-

ткових вкладів учасників або випуску нових (збільшення номінальної вартості) акцій. Можливе також зменшення статутного капіталу товариства при виплаті вартості частки майна учаснику, що виходить з товариства з обмеженою відповідальністю, чи при зменшенні вартості (або викупі та анулюванні частини) акцій акціонерного товариства.

Кошти статутного капіталу спрямовують на розвиток підприємства. Використовувати кошти статутного капіталу на заробітну плату, заохочення та інші потреби забороняється. Статутний капітал є власністю засновників (учасників) в межах їх вкладів.

Ринкова вартість майна суб'єкта господарювання визначається на засадах незалежної оцінки, проведеної відповідно до законодавства про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність. Проведення **оцінки майна** є обов'язковим у випадках [35]:

- створення підприємств (господарських товариств) на базі державного майна або майна, що є у комунальній власності;
- реорганізації, банкрутства, ліквідації державних, комунальних підприємств та підприємств (господарських товариств) з державною часткою майна (часткою комунального майна);
- виділення або визначення частки майна у спільному майні, в якому є державна частка (частка комунального майна);
- визначення вартості внесків учасників та засновників господарського товариства, якщо до зазначеного товариства вноситься майно господарських товариств з державною часткою (часткою комунального майна), а також у разі виходу (виключення) учасника або засновника із складу такого товариства;
- приватизації, оренди, обміну, страхування державного майна, а також повернення цього майна на підставі рішення суду;
- переоцінки основних фондів для цілей бухгалтерського обліку;
- оподаткування майна;
- визначення збитків або розміру відшкодування у випадках, встановлених законом;
- в інших випадках за рішенням суду або у зв'язку з необхідністю захисту суспільних інтересів.

Для проведення оцінки майна застосовуються такі основні **методичні підходи** [35]:

- витратний (майновий – для оцінки об'єктів у формі цілісного майнового комплексу та у формі фінансових інтересів);
- дохідний;
- порівняльний.

Витратний підхід передбачає визначення поточної вартості витрат на відтворення або заміщення об'єкта оцінки з подальшим коригуванням їх на суму зносу.

ткових вкладів учасників або випуску нових (збільшення номінальної вартості) акцій. Можливе також зменшення статутного капіталу товариства при виплаті вартості частки майна учаснику, що виходить з товариства з обмеженою відповідальністю, чи при зменшенні вартості (або викупі та анулюванні частини) акцій акціонерного товариства.

Кошти статутного капіталу спрямовують на розвиток підприємства. Використовувати кошти статутного капіталу на заробітну плату, заохочення та інші потреби забороняється. Статутний капітал є власністю засновників (учасників) в межах їх вкладів.

Ринкова вартість майна суб'єкта господарювання визначається на засадах незалежної оцінки, проведеної відповідно до законодавства про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність. Проведення **оцінки майна** є обов'язковим у випадках [35]:

- створення підприємств (господарських товариств) на базі державного майна або майна, що є у комунальній власності;
- реорганізації, банкрутства, ліквідації державних, комунальних підприємств та підприємств (господарських товариств) з державною часткою майна (часткою комунального майна);
- виділення або визначення частки майна у спільному майні, в якому є державна частка (частка комунального майна);
- визначення вартості внесків учасників та засновників господарського товариства, якщо до зазначеного товариства вноситься майно господарських товариств з державною часткою (часткою комунального майна), а також у разі виходу (виключення) учасника або засновника із складу такого товариства;
- приватизації, оренди, обміну, страхування державного майна, а також повернення цього майна на підставі рішення суду;
- переоцінки основних фондів для цілей бухгалтерського обліку;
- оподаткування майна;
- визначення збитків або розміру відшкодування у випадках, встановлених законом;
- в інших випадках за рішенням суду або у зв'язку з необхідністю захисту суспільних інтересів.

Для проведення оцінки майна застосовуються такі основні **методичні підходи** [35]:

- витратний (майновий – для оцінки об'єктів у формі цілісного майнового комплексу та у формі фінансових інтересів);
- дохідний;
- порівняльний.

Витратний підхід передбачає визначення поточної вартості витрат на відтворення або заміщення об'єкта оцінки з подальшим коригуванням їх на суму зносу.

За **доходним** підходом вартість об'єкта оцінки визначається як поточна вартість очікуваних доходів від найбільш ефективного використання об'єкта оцінки, включаючи дохід від його можливого перепродажу. Основними методами доходного підходу є пряма та непряма капіталізації доходу. Метод прямої капіталізації доходу застосовується у разі, коли за періодами часу прогнозується постійний за величиною дохід. Капіталізація доходу (прибутку) здійснюється шляхом ділення його на ставку капіталізації. Метод непрямої капіталізації доходу (дисконтування грошових потоків) застосовується у разі, коли прогнозовані грошові потоки від використання об'єкта оцінки є неоднаковими за величиною протягом періоду прогнозування або якщо отримання їх обмежується у часі. Прогнозовані грошові потоки підлягають дисконтуванню із застосуванням ставки дисконту для отримання їх поточної вартості. Ставка капіталізації та ставка дисконту визначаються шляхом аналізу інформації про доходи від використання подібного майна та його ринкової ціни або шляхом порівняльного аналізу доходності інвестування в альтернативні об'єкти (депозити, цінні папери).

Для оцінки об'єктів незавершеного будівництва, земельних ділянок під забудову, їх поліпшень, окремих складових цілісного майнового комплексу може застосовуватися метод залишку. Цей метод ґрунтується на врахуванні принципу внеску (граничної продуктивності) і є результатом комбінування витратного та доходного підходів.

Порівняльний підхід передбачає аналіз цін продажу та пропозиції подібного майна з відповідним коригуванням відмінностей між об'єктами порівняння та об'єктом оцінки. Коригування вартості подібного майна здійснюється шляхом додавання або вирахування відповідної грошової суми.

Вибір підходів до оцінки та вид вартості майна, що визначається, обов'язково обґрунтовуються експертом у звіті про експертну оцінку майна. Під час проведення експертної оцінки майна експертом використовуються кілька підходів з подальшим узагальненням результатів оцінки, отриманих з їх використанням.

До переліку майна, що включається у сукупну вартість цілісного майнового комплексу, включаються:

- необоротні активи (основні засоби, нематеріальні активи, незавершене будівництво, довгострокові фінансові інвестиції, довгострокова дебіторська заборгованість, відстрочені податкові активи, інші необоротні активи);

- **оборотні активи (запаси, векселі одержані, дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, дебіторська заборгованість за розрахунками та інша поточна дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, інші оборотні активи);**

- витрати майбутніх періодів.

За **доходним** підходом вартість об'єкта оцінки визначається як поточна вартість очікуваних доходів від найбільш ефективного використання об'єкта оцінки, включаючи дохід від його можливого перепродажу. Основними методами доходного підходу є пряма та непряма капіталізації доходу. Метод прямої капіталізації доходу застосовується у разі, коли за періодами часу прогнозується постійний за величиною дохід. Капіталізація доходу (прибутку) здійснюється шляхом ділення його на ставку капіталізації. Метод непрямої капіталізації доходу (дисконтування грошових потоків) застосовується у разі, коли прогнозовані грошові потоки від використання об'єкта оцінки є неоднаковими за величиною протягом періоду прогнозування або якщо отримання їх обмежується у часі. Прогнозовані грошові потоки підлягають дисконтуванню із застосуванням ставки дисконту для отримання їх поточної вартості. Ставка капіталізації та ставка дисконту визначаються шляхом аналізу інформації про доходи від використання подібного майна та його ринкової ціни або шляхом порівняльного аналізу доходності інвестування в альтернативні об'єкти (депозити, цінні папери).

Для оцінки об'єктів незавершеного будівництва, земельних ділянок під забудову, їх поліпшень, окремих складових цілісного майнового комплексу може застосовуватися метод залишку. Цей метод ґрунтується на врахуванні принципу внеску (граничної продуктивності) і є результатом комбінування витратного та доходного підходів.

Порівняльний підхід передбачає аналіз цін продажу та пропозиції подібного майна з відповідним коригуванням відмінностей між об'єктами порівняння та об'єктом оцінки. Коригування вартості подібного майна здійснюється шляхом додавання або вирахування відповідної грошової суми.

Вибір підходів до оцінки та вид вартості майна, що визначається, обов'язково обґрунтовуються експертом у звіті про експертну оцінку майна. Під час проведення експертної оцінки майна експертом використовуються кілька підходів з подальшим узагальненням результатів оцінки, отриманих з їх використанням.

До переліку майна, що включається у сукупну вартість цілісного майнового комплексу, включаються:

- необоротні активи (основні засоби, нематеріальні активи, незавершене будівництво, довгострокові фінансові інвестиції, довгострокова дебіторська заборгованість, відстрочені податкові активи, інші необоротні активи);

- **оборотні активи (запаси, векселі одержані, дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, дебіторська заборгованість за розрахунками та інша поточна дебіторська заборгованість, поточні фінансові інвестиції, грошові кошти та їх еквіваленти, інші оборотні активи);**

- витрати майбутніх періодів.

З метою визначення чистої вартості цілісного майнового комплексу сукупна вартість цілісного майнового комплексу зменшується на суму забезпечення наступних витрат і платежів та довгострокових зобов'язань.

Чиста вартість цілісного майнового комплексу підприємства (ЧВ) визначається за формулою:

$$\text{ЧВ} = (\text{Н} + \text{О} + \text{М}) - (\text{В} + \text{Д} + \text{П}),$$

де Н – вартість необоротних активів; О – вартість оборотних активів; М – вартість витрат майбутніх періодів; В – вартість забезпечень наступних витрат і платежів; Д – вартість довгострокових зобов'язань; П – вартість поточних зобов'язань.

Розмір статутного капіталу відкритого (публічного) акціонерного товариства, що створюється на базі майна державного підприємства (СФдп), визначається за формулою:

$$\text{СФдп} = \text{ЧВ} - \text{ЖФ} - \text{НП} - \text{ІМ},$$

де ЖФ – вартість державного житлового фонду; НП – вартість об'єктів, що не підлягають приватизації; ІМ – вартість іншого майна, щодо якого комісією з приватизації (комісією з корпоратизації) приймається рішення про його вилучення з чистої вартості цілісного майнового комплексу.

Оцінка бізнесу (визначення вартості бізнесу) певною мірою відрізняється від оцінки як майнового комплексу підприємства. Дана відмінність пов'язана з тим, що бізнес – поняття ширше, ніж майновий комплекс. Підприємство як майновий комплекс включає всі види майна, призначеного для його діяльності: земельні ділянки, будівлі і споруди, машини і устаткування, сировину і продукцію, нематеріальні активи, майнові зобов'язання. Бізнес – це підприємство у дії та його вартість перевищує вартість майнового комплексу на величину так званих невідчутних активів, невіддільних від кадрового потенціалу підприємства (досвід трудового колективу, налагоджені зв'язки і взаємини з клієнтами, зв'язки в державних органах і інші нересторовані активи). Оцінка бізнесу – це визначення вартості бізнесу як майнового комплексу, здатного приносити прибуток його власникові.

Оцінка бізнесу проводиться на підставі договору із замовником. Проведенню незалежної оцінки передують підготовчий етап, на якому здійснюється ознайомлення з об'єктом, характерними умовами операції, для здійснення якої проводиться оцінка, визначення бази оцінки. Оцінювач самостійно здійснює пошук інформаційних джерел (за винятком документів, надання яких повинен забезпечити замовник оцінки відповідно до договору), їх аналіз і виклад обґрунтованих висновків. При цьому оцінювач повинен проаналізувати всі інформаційні джерела,

З метою визначення чистої вартості цілісного майнового комплексу сукупна вартість цілісного майнового комплексу зменшується на суму забезпечення наступних витрат і платежів та довгострокових зобов'язань.

Чиста вартість цілісного майнового комплексу підприємства (ЧВ) визначається за формулою:

$$\text{ЧВ} = (\text{Н} + \text{О} + \text{М}) - (\text{В} + \text{Д} + \text{П}),$$

де Н – вартість необоротних активів; О – вартість оборотних активів; М – вартість витрат майбутніх періодів; В – вартість забезпечень наступних витрат і платежів; Д – вартість довгострокових зобов'язань; П – вартість поточних зобов'язань.

Розмір статутного капіталу відкритого (публічного) акціонерного товариства, що створюється на базі майна державного підприємства (СФдп), визначається за формулою:

$$\text{СФдп} = \text{ЧВ} - \text{ЖФ} - \text{НП} - \text{ІМ},$$

де ЖФ – вартість державного житлового фонду; НП – вартість об'єктів, що не підлягають приватизації; ІМ – вартість іншого майна, щодо якого комісією з приватизації (комісією з корпоратизації) приймається рішення про його вилучення з чистої вартості цілісного майнового комплексу.

Оцінка бізнесу (визначення вартості бізнесу) певною мірою відрізняється від оцінки як майнового комплексу підприємства. Дана відмінність пов'язана з тим, що бізнес – поняття ширше, ніж майновий комплекс. Підприємство як майновий комплекс включає всі види майна, призначеного для його діяльності: земельні ділянки, будівлі і споруди, машини і устаткування, сировину і продукцію, нематеріальні активи, майнові зобов'язання. Бізнес – це підприємство у дії та його вартість перевищує вартість майнового комплексу на величину так званих невідчутних активів, невіддільних від кадрового потенціалу підприємства (досвід трудового колективу, налагоджені зв'язки і взаємини з клієнтами, зв'язки в державних органах і інші нересторовані активи). Оцінка бізнесу – це визначення вартості бізнесу як майнового комплексу, здатного приносити прибуток його власникові.

Оцінка бізнесу проводиться на підставі договору із замовником. Проведенню незалежної оцінки передують підготовчий етап, на якому здійснюється ознайомлення з об'єктом, характерними умовами операції, для здійснення якої проводиться оцінка, визначення бази оцінки. Оцінювач самостійно здійснює пошук інформаційних джерел (за винятком документів, надання яких повинен забезпечити замовник оцінки відповідно до договору), їх аналіз і виклад обґрунтованих висновків. При цьому оцінювач повинен проаналізувати всі інформаційні джерела,

пов'язані з об'єктом, тенденції на ринку подібного майна, інформацію про операції щодо подібного майна. При проведенні оцінної експертизи визначається вартість всіх активів компанії: нерухомого майна, машин і устаткування, складських запасів, фінансових вкладень, нематеріальних активів. Крім того, окремо оцінюється ефективність роботи компанії, її минулі, справжні і майбутні доходи, перспективи розвитку і конкурентне середовище на даному ринку, а потім проводиться порівняння оцінюваної компанії з підприємствами-аналогами. На підставі такого комплексного аналізу визначається реальна оцінка бізнесу, як майнового комплексу, здатного приносити прибуток. За наслідками проведеної роботи оформляється звіт про оцінку бізнесу (визначення вартості бізнесу), що має повну юридичну силу для учасників операції і користувачів звіту [23].

Сума початкового капіталу значно більша ніж вартість майна. Адже для цього потрібно створити власне підприємство і перш за все зареєструвати його, що вимагає певних витрат. Необхідно сплатити реєстраційний збір, а також за підготовку засновницьких документів, за послуги нотаріусові, за відкриття розрахункового рахунку в банку, за розробку ескізу і виготовлення печатки, штампів, товарного знаку та ін.

Стосовно порядку формування стартового капіталу варто пам'ятати, що потреба підприємця в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї, від галузі, в якій планується реалізовувати підприємницьку ідею.

Джерела формування початкового капіталу залежать від обраної організаційно-правової форми господарювання, виду діяльності. Підприємець має проаналізувати всі можливі варіанти формування первісного капіталу:

- залучення власних коштів або майна (за експертними оцінками, понад 20% малих підприємств функціонують безпосередньо у помешканні власника);
- отримання кредиту;
- лізинг, оренда;
- емісія цінних паперів
- венчурне інвестування;
- гранти та субсидії.

Підприємець може обрати кілька різних прийнятних джерел в залежності від власного фінансового стану, об'єкта вкладень та допустимого ризику. Одне з найпоширеніших джерел – отримання кредиту. Коли підприємець вперше звертається до кредитора із заявкою про надання кредиту, він повинний представити плановані фінансові показники і комплексний, обґрунтований бізнес-план, що включає цілі здійснюваної підприємницької діяльності. опис ділового досвіду, досвіду і здібностей

пов'язані з об'єктом, тенденції на ринку подібного майна, інформацію про операції щодо подібного майна. При проведенні оцінної експертизи визначається вартість всіх активів компанії: нерухомого майна, машин і устаткування, складських запасів, фінансових вкладень, нематеріальних активів. Крім того, окремо оцінюється ефективність роботи компанії, її минулі, справжні і майбутні доходи, перспективи розвитку і конкурентне середовище на даному ринку, а потім проводиться порівняння оцінюваної компанії з підприємствами-аналогами. На підставі такого комплексного аналізу визначається реальна оцінка бізнесу, як майнового комплексу, здатного приносити прибуток. За наслідками проведеної роботи оформляється звіт про оцінку бізнесу (визначення вартості бізнесу), що має повну юридичну силу для учасників операції і користувачів звіту [23].

Сума початкового капіталу значно більша ніж вартість майна. Адже для цього потрібно створити власне підприємство і перш за все зареєструвати його, що вимагає певних витрат. Необхідно сплатити реєстраційний збір, а також за підготовку засновницьких документів, за послуги нотаріусові, за відкриття розрахункового рахунку в банку, за розробку ескізу і виготовлення печатки, штампів, товарного знаку та ін.

Стосовно порядку формування стартового капіталу варто пам'ятати, що потреба підприємця в певному обсязі капіталу залежить, насамперед, від стратегічних планів самого підприємця і від його підприємницької ідеї, від галузі, в якій планується реалізовувати підприємницьку ідею.

Джерела формування початкового капіталу залежать від обраної організаційно-правової форми господарювання, виду діяльності. Підприємець має проаналізувати всі можливі варіанти формування первісного капіталу:

- залучення власних коштів або майна (за експертними оцінками, понад 20% малих підприємств функціонують безпосередньо у помешканні власника);
- отримання кредиту;
- лізинг, оренда;
- емісія цінних паперів
- венчурне інвестування;
- гранти та субсидії.

Підприємець може обрати кілька різних прийнятних джерел в залежності від власного фінансового стану, об'єкта вкладень та допустимого ризику. Одне з найпоширеніших джерел – отримання кредиту. Коли підприємець вперше звертається до кредитора із заявкою про надання кредиту, він повинний представити плановані фінансові показники і комплексний, обґрунтований бізнес-план, що включає цілі здійснюваної підприємницької діяльності. опис ділового досвіду, досвіду і здібностей

стей до управління, а також кваліфікації ключового персоналу. Перш ніж отримувати кредит, слід поставити собі три питання: Як я буду використовувати кредит? Якого об'єму позикових засобів дійсно потребує? Яким чином буду повертати кредит? Питання, що краще: придбати майно або узяти в лізинг, має бути дуже ретельно зважено. Лізинг не зв'язує наявні кошти, але його недоліком є те, що лізингоодержувач не може перепродати або удосконалити устаткування до тих пір, поки повністю не викупить його. Для прийняття рішення потрібне зіставлення альтернатив і аналіз витрат.

5.3 Найменування та торговельна марка підприємства

Завдання впізнаності продукту або послуги і лояльності до них споживача вирішується через створення торгової марки і шляхом розробки фірмового стилю, слогану і тому подібне. Комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (знак для товарів і послуг) є засобами індивідуалізації товарів та учасників господарської діяльності та визнаються об'єктами прав інтелектуальної власності.

Суб'єкт господарювання – юридична особа або громадянин-підприємець може мати комерційне (фірмове) найменування. Громадянин-підприємець має право заявити як комерційне найменування своє прізвище або ім'я. Найменування вказується в засновницьких документах підприємства і повинно містити зазначення виду (організаційно-правової форми) підприємства (приватне, товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство, державне та ін.), для повних і командитних товариств – прізвища (найменування) учасників, назву та інші необхідні відомості (наприклад, завод, фабрика, майстерня тощо).

Відомості про комерційне найменування суб'єкта господарювання вносяться за його поданням до **реєстрів**. Суб'єкт господарювання, комерційне найменування якого було включено до реєстру раніше, має пріоритетне право захисту перед будь-яким іншим суб'єктом, тотожне комерційне найменування якого включено до реєстру пізніше. Особа, яка використовує чуже комерційне найменування, на вимогу його власника зобов'язана припинити таке використання і відшкодувати завдані збитки.

Словесна назва як складова частина фірмового найменування має бути відмінною від інших, оригінальною і привабливою з погляду реклами. У зв'язку з цим, сформульовані **правила розробки назви** підприємства, торгової марки, а саме [83, 133, 110]:

1. Новизна ідеї. Тільки нові оригінальні назви здатні ідентифікувати підприємство і пропоновані ним товари і ефективно виконувати свої функції. В даний час це завдання є дуже важким, оскільки існує велика

стей до управління, а також кваліфікації ключового персоналу. Перш ніж отримувати кредит, слід поставити собі три питання: Як я буду використовувати кредит? Якого об'єму позикових засобів дійсно потребує? Яким чином буду повертати кредит? Питання, що краще: придбати майно або узяти в лізинг, має бути дуже ретельно зважено. Лізинг не зв'язує наявні кошти, але його недоліком є те, що лізингоодержувач не може перепродати або удосконалити устаткування до тих пір, поки повністю не викупить його. Для прийняття рішення потрібне зіставлення альтернатив і аналіз витрат.

5.3 Найменування та торговельна марка підприємства

Завдання впізнаності продукту або послуги і лояльності до них споживача вирішується через створення торгової марки і шляхом розробки фірмового стилю, слогану і тому подібне. Комерційне (фірмове) найменування, торговельна марка (знак для товарів і послуг) є засобами індивідуалізації товарів та учасників господарської діяльності та визнаються об'єктами прав інтелектуальної власності.

Суб'єкт господарювання – юридична особа або громадянин-підприємець може мати комерційне (фірмове) найменування. Громадянин-підприємець має право заявити як комерційне найменування своє прізвище або ім'я. Найменування вказується в засновницьких документах підприємства і повинно містити зазначення виду (організаційно-правової форми) підприємства (приватне, товариство з обмеженою відповідальністю, акціонерне товариство, державне та ін.), для повних і командитних товариств – прізвища (найменування) учасників, назву та інші необхідні відомості (наприклад, завод, фабрика, майстерня тощо).

Відомості про комерційне найменування суб'єкта господарювання вносяться за його поданням до **реєстрів**. Суб'єкт господарювання, комерційне найменування якого було включено до реєстру раніше, має пріоритетне право захисту перед будь-яким іншим суб'єктом, тотожне комерційне найменування якого включено до реєстру пізніше. Особа, яка використовує чуже комерційне найменування, на вимогу його власника зобов'язана припинити таке використання і відшкодувати завдані збитки.

Словесна назва як складова частина фірмового найменування має бути відмінною від інших, оригінальною і привабливою з погляду реклами. У зв'язку з цим, сформульовані **правила розробки назви** підприємства, торгової марки, а саме [83, 133, 110]:

1. Новизна ідеї. Тільки нові оригінальні назви здатні ідентифікувати підприємство і пропоновані ним товари і ефективно виконувати свої функції. В даний час це завдання є дуже важким, оскільки існує велика

кількість назв підприємств і важко придумати що-небудь нове. Цю проблему вирішують штучно створені словесні назви, які відрізняються оригінальністю і своєрідністю. Якщо назва організації дуже сильно нагадує те, що вже існує, ім'я іншої компанії, власник цього бренду може пред'явити авторські права на це і суміжні з ним назви та вимагати не використовувати дану назву організації.

2. Незмінність (до назви звикають, вона міцно утримується у пам'яті). Це полегшує ділові контакти. Неможливо уявити, щоб всесвітньо відомі фірми «Дженерал моторс», «Пежо», «Рено», «Міцубісі», IBM раптом перейменували.

3. Асоціативність. Ця ознака має на увазі такий зв'язок між назвою фірми та її профілем, іншими характерними рисами, при яких фірмова назва викликає в свідомості уявлення про характер діяльності, продукцію, місцезнаходження підприємства. При цьому асоціативність не повинна зводитися до прямої описовості, до простої назви товару. Приклади назв, що відтворюють образ товару, послуги – Автозас, Інкомбанк, «Солодке життя», «Урожай», «Копійка», «Ремодяг»; що відтворюють розташування магазину – «Перехрестя», «Біля вокзалу» і ін. Слід уникати надмірної жорсткості у визначенні характеру діяльності, тому що він може змінитися, зокрема внаслідок диверсифікації. Асоціативність назви повинна викликати у людини позитивні емоції, приємні уявлення, які будуть пов'язуватись з підприємством (його товаром), наприклад, «Екватор» (тепло), «Гавань» (відпочинок, затишок).

4. Лаконічність, зрозумілість. Назви фірм мають бути короткими. На думку деяких експертів, назви повинні складатися з 1–2 складів (Гном, Kodak). Лаконічне слово володіє значними перевагами з погляду сприйняття і запам'ятовування. Проте більшість назв торгових підприємств довгі і ваговиті, їх важко прочитати і запам'ятати. Наприклад, назва «Сьомий Континент».

5. Естетичність. Назва має бути благозвучною, не викликати негативних емоцій. Назва не повинна зачіпати національних, релігійних і інших відчуттів людей, нагадувати нецензурні, неприємні на слух слова чи поняття, які не сприяють авторитету фірми. Естетичністю характеризуються назви парфумерних магазинів «Віола», «Елегія», «Вальс». Необхідно, щоб шляхом заміни літер, їх перестановки або додавання не можна було трансформувати її у хибну назву, що призвело б до падіння престижу фірми.

6. Зручність у вимові. Ця ознака близько примикає до благозвучності. Відмінність між ними полягає в тому, що благозвучність має на увазі насамперед приємне звучання, тоді як зручність у вимові пов'язана з легкістю вимови. Для відповідності цій ознаці словесні знаки повинні мати чергування явних і приголосних букв. Обережність потрібна при використанні абрєвіатури, не відповідають даній ознаці буквені поєд-

кількість назв підприємств і важко придумати що-небудь нове. Цю проблему вирішують штучно створені словесні назви, які відрізняються оригінальністю і своєрідністю. Якщо назва організації дуже сильно нагадує те, що вже існує, ім'я іншої компанії, власник цього бренду може пред'явити авторські права на це і суміжні з ним назви та вимагати не використовувати дану назву організації.

2. Незмінність (до назви звикають, вона міцно утримується у пам'яті). Це полегшує ділові контакти. Неможливо уявити, щоб всесвітньо відомі фірми «Дженерал моторс», «Пежо», «Рено», «Міцубісі», IBM раптом перейменували.

3. Асоціативність. Ця ознака має на увазі такий зв'язок між назвою фірми та її профілем, іншими характерними рисами, при яких фірмова назва викликає в свідомості уявлення про характер діяльності, продукцію, місцезнаходження підприємства. При цьому асоціативність не повинна зводитися до прямої описовості, до простої назви товару. Приклади назв, що відтворюють образ товару, послуги – Автозас, Інкомбанк, «Солодке життя», «Урожай», «Копійка», «Ремодяг»; що відтворюють розташування магазину – «Перехрестя», «Біля вокзалу» і ін. Слід уникати надмірної жорсткості у визначенні характеру діяльності, тому що він може змінитися, зокрема внаслідок диверсифікації. Асоціативність назви повинна викликати у людини позитивні емоції, приємні уявлення, які будуть пов'язуватись з підприємством (його товаром), наприклад, «Екватор» (тепло), «Гавань» (відпочинок, затишок).

4. Лаконічність, зрозумілість. Назви фірм мають бути короткими. На думку деяких експертів, назви повинні складатися з 1–2 складів (Гном, Kodak). Лаконічне слово володіє значними перевагами з погляду сприйняття і запам'ятовування. Проте більшість назв торгових підприємств довгі і ваговиті, їх важко прочитати і запам'ятати. Наприклад, назва «Сьомий Континент».

5. Естетичність. Назва має бути благозвучною, не викликати негативних емоцій. Назва не повинна зачіпати національних, релігійних і інших відчуттів людей, нагадувати нецензурні, неприємні на слух слова чи поняття, які не сприяють авторитету фірми. Естетичністю характеризуються назви парфумерних магазинів «Віола», «Елегія», «Вальс». Необхідно, щоб шляхом заміни літер, їх перестановки або додавання не можна було трансформувати її у хибну назву, що призвело б до падіння престижу фірми.

6. Зручність у вимові. Ця ознака близько примикає до благозвучності. Відмінність між ними полягає в тому, що благозвучність має на увазі насамперед приємне звучання, тоді як зручність у вимові пов'язана з легкістю вимови. Для відповідності цій ознаці словесні знаки повинні мати чергування явних і приголосних букв. Обережність потрібна при використанні абрєвіатури, не відповідають даній ознаці буквені поєд-

нання, що не мають словесного характеру (РТЗ, ГМЗ, УЗППВ і т. д.). Ознака зручності у вимові пов'язана також з ознакою лаконічності. Короткі слова, як правило, простіше для вимови, в них важче зробити помилки в наголосі. По можливості застосування іноземних слів тільки тоді, коли немає еквівалента у мові даної країни. Використання в назві підприємства іноземних слів є виправданим, якщо діяльність підприємства має відношення до закордонних товарів («Аدیدас», «Нокіа»).

7. Прийнятність для іноземців. Поняття естетичності для назв підприємств, що працюють на зарубіжному ринку, ширше. Чим більш інтернаціональною буде назва, тим краще. Цей підхід актуальний у тому випадку, коли у плани власників входить глобальний розвиток компанії, вихід її на міжнародний ринок, навіть якщо це здається маловірогідним і дуже далекою подією в майбутньому. Різні слова і звучання мають різне значення в різних країнах, культурах, тому буде доцільно провести невелике дослідження в цій області перед тим, як юридично закріпити за собою права на нову назву. Особливо уважно слід з'ясувати, чи не означає придумана назва ворожого сенсу на мові іншого народу. Так, наприклад, корінь «прод» в англійській мові означає «тикати, пронизувати, підганяти, дратувати, втручатися, удар багнетом», а слово «продукт» на жаргоні має явний негативний відтінок. Це може серйозно пошкодити бізнесу, відштовхнувши покупців і потенційних ділових партнерів. Сумно відома рекламна кампанія автомобіля GM Nova в іспаноязичних країнах. «No-va» по-іспанськи означає «не ходить», тому в декількох країнах продажі автомобіля показали рекордно низькі результати.

Якщо назва фірми викликає у клієнтів асоціацію з діяльністю підприємства і одночасно формує позитивні емоції, то висока вірогідність довіри з боку клієнтів і залучення безлічі нових клієнтів. За даними соціологічних досліджень, якщо назва фірми викликає у покупців відторгнення, то 10 відсотків з них відмовляються від товарів або послуг фірми.

При всьому різноманітті назв, всіх їх можна умовно розділити на чотири групи, кожна з яких володіє як перевагами, так і деякими недоліками: описові імена, нові слова або неологізми, слова з натяком, складноскорочені слова. Є декілька відомих прийомів, які можна використовувати в процесі придумування нової назви фірми:

– Використання імені або прізвища. Використання імені безпосереднього засновника фірми було досить частим явищем у минулому. Всі ми знаємо компанії Kraft, Heinz. Цей метод назви свого бізнесу і зараз користується популярністю серед підприємців. Але є деякі негативні сторони цього способу. Особиста репутація може вплинути на фінансове благополуччя фірми. Репутація фірми також може вплинути на особисту репутацію.

нання, що не мають словесного характеру (РТЗ, ГМЗ, УЗППВ і т. д.). Ознака зручності у вимові пов'язана також з ознакою лаконічності. Короткі слова, як правило, простіше для вимови, в них важче зробити помилки в наголосі. По можливості застосування іноземних слів тільки тоді, коли немає еквівалента у мові даної країни. Використання в назві підприємства іноземних слів є виправданим, якщо діяльність підприємства має відношення до закордонних товарів («Аدیدас», «Нокіа»).

7. Прийнятність для іноземців. Поняття естетичності для назв підприємств, що працюють на зарубіжному ринку, ширше. Чим більш інтернаціональною буде назва, тим краще. Цей підхід актуальний у тому випадку, коли у плани власників входить глобальний розвиток компанії, вихід її на міжнародний ринок, навіть якщо це здається маловірогідним і дуже далекою подією в майбутньому. Різні слова і звучання мають різне значення в різних країнах, культурах, тому буде доцільно провести невелике дослідження в цій області перед тим, як юридично закріпити за собою права на нову назву. Особливо уважно слід з'ясувати, чи не означає придумана назва ворожого сенсу на мові іншого народу. Так, наприклад, корінь «прод» в англійській мові означає «тикати, пронизувати, підганяти, дратувати, втручатися, удар багнетом», а слово «продукт» на жаргоні має явний негативний відтінок. Це може серйозно пошкодити бізнесу, відштовхнувши покупців і потенційних ділових партнерів. Сумно відома рекламна кампанія автомобіля GM Nova в іспаноязичних країнах. «No-va» по-іспанськи означає «не ходить», тому в декількох країнах продажі автомобіля показали рекордно низькі результати.

Якщо назва фірми викликає у клієнтів асоціацію з діяльністю підприємства і одночасно формує позитивні емоції, то висока вірогідність довіри з боку клієнтів і залучення безлічі нових клієнтів. За даними соціологічних досліджень, якщо назва фірми викликає у покупців відторгнення, то 10 відсотків з них відмовляються від товарів або послуг фірми.

При всьому різноманітті назв, всіх їх можна умовно розділити на чотири групи, кожна з яких володіє як перевагами, так і деякими недоліками: описові імена, нові слова або неологізми, слова з натяком, складноскорочені слова. Є декілька відомих прийомів, які можна використовувати в процесі придумування нової назви фірми:

– Використання імені або прізвища. Використання імені безпосереднього засновника фірми було досить частим явищем у минулому. Всі ми знаємо компанії Kraft, Heinz. Цей метод назви свого бізнесу і зараз користується популярністю серед підприємців. Але є деякі негативні сторони цього способу. Особиста репутація може вплинути на фінансове благополуччя фірми. Репутація фірми також може вплинути на особисту репутацію.

– Географічні назви. Використання назви міста, області або іншої території може значно обмежити географічний простір у разі, коли фірма побажає розширити свою діяльність і збільшити продажі. Наприклад, фірма «Житомир», що представляє свою канцелярську продукцію на київському ринку, напевно програватиме місцевій фірмі «Олівець», що проводить схожу продукцію.

– Назва, що описує діяльність компанії. Ім'я фірми, яке розповідає про природу її походження і основної діяльності, як правило, виходить дуже довгим і громіздким. До того ж воно не виділятиметься серед численних подібних назв. Наприклад, назва «Міжнародна Корпорація Зв'язку» (International Communication Corporation) детально описує область, в якій працює організація, але важкувато для вимови і запам'ятовування. Враховуючи особливості сучасного суспільства, багато підприємців віддають перевагу назвам лаконічнішим. Ті, хто колись починав свій бізнес, використавши описову назву, згодом перейшли до його аббревіатури. Досить часто використовують слова, що не мають ніякого відношення до діяльності компанії. Наприклад, Apple Computers.

– «Збірні» назви Тобто назви, складені шляхом комбінації різних слів, частин слів або початкових букв різних слів. Перевагами такої назви для фірми є те, що отримане нове слово не має слогарного значення, тому може бути застосовано до будь-якої сфери бізнесу; не має обмежень в контекстах і однаково вимовляється на будь-якій мові; унікальна назва, що не викличе проблем із збігом назви іншої фірми. Приклади: Kodak – особлива увага при побудові назви приділялася тому, щоб воно легко вимовлялося на будь-якій мові миру. Telus – назва складена з двох слів «telecommunications» і «universality».

В Україні існують діють нормативні вимоги щодо найменування підприємств. Відповідно до наказу Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва «Про затвердження вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу» у найменуванні юридичної особи зазначаються її організаційно-правова форма крім органів державної влади, органів місцевого самоврядування) та назва. Найменування юридичної особи викладається державною мовою. Найменування юридичної особи не може бути тотожним найменуванню іншої юридичної особи. У найменуванні юридичної особи приватного права забороняється використання найменувань органів державної влади, місцевого самоврядування та історичних державних найменувань. У назві юридичної особи не може бути використане слово «національний» у всіх відмінках, крім закладів (установ), які набувають статусу національного закладу (установи). Найменування відокремленого підрозділу повинно містити слова «відокремлений підрозділ» («філія», «представництво» тощо) та вказувати на належність до юридичної особи, яка створила зазначений відокремлений підрозділ.

– Географічні назви. Використання назви міста, області або іншої території може значно обмежити географічний простір у разі, коли фірма побажає розширити свою діяльність і збільшити продажі. Наприклад, фірма «Житомир», що представляє свою канцелярську продукцію на київському ринку, напевно програватиме місцевій фірмі «Олівець», що проводить схожу продукцію.

– Назва, що описує діяльність компанії. Ім'я фірми, яке розповідає про природу її походження і основної діяльності, як правило, виходить дуже довгим і громіздким. До того ж воно не виділятиметься серед численних подібних назв. Наприклад, назва «Міжнародна Корпорація Зв'язку» (International Communication Corporation) детально описує область, в якій працює організація, але важкувато для вимови і запам'ятовування. Враховуючи особливості сучасного суспільства, багато підприємців віддають перевагу назвам лаконічнішим. Ті, хто колись починав свій бізнес, використавши описову назву, згодом перейшли до його аббревіатури. Досить часто використовують слова, що не мають ніякого відношення до діяльності компанії. Наприклад, Apple Computers.

– «Збірні» назви Тобто назви, складені шляхом комбінації різних слів, частин слів або початкових букв різних слів. Перевагами такої назви для фірми є те, що отримане нове слово не має слогарного значення, тому може бути застосовано до будь-якої сфери бізнесу; не має обмежень в контекстах і однаково вимовляється на будь-якій мові; унікальна назва, що не викличе проблем із збігом назви іншої фірми. Приклади: Kodak – особлива увага при побудові назви приділялася тому, щоб воно легко вимовлялося на будь-якій мові миру. Telus – назва складена з двох слів «telecommunications» і «universality».

В Україні існують діють нормативні вимоги щодо найменування підприємств. Відповідно до наказу Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва «Про затвердження вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу» у найменуванні юридичної особи зазначаються її організаційно-правова форма крім органів державної влади, органів місцевого самоврядування) та назва. Найменування юридичної особи викладається державною мовою. Найменування юридичної особи не може бути тотожним найменуванню іншої юридичної особи. У найменуванні юридичної особи приватного права забороняється використання найменувань органів державної влади, місцевого самоврядування та історичних державних найменувань. У назві юридичної особи не може бути використане слово «національний» у всіх відмінках, крім закладів (установ), які набувають статусу національного закладу (установи). Найменування відокремленого підрозділу повинно містити слова «відокремлений підрозділ» («філія», «представництво» тощо) та вказувати на належність до юридичної особи, яка створила зазначений відокремлений підрозділ.

Юридична особа, крім повного найменування (не більше ніж 182 символи), може мати скорочене найменування (не більше ніж 38 символів). Назва юридичної особи береться у лапки та зазначається безпосередньо після організаційно-правової форми суб'єкта господарювання.

Фірмове найменування продавець розміщує на вивісці. Вивіска повинна розташовуватися на фасаді підприємства (де розташовані вітрина і вхід) між віконними отворами або вітринами першого поверху і віконними отворами другого поверху. Вивіски мають підсвічуватися вечірньої пори індивідуальними внутрішніми або зовнішніми джерелами світла.

Вдало підібрана назва сприяє створенню оригінальної емблеми, товарного знака підприємства, слогана. Фірмове найменування може бути логотипом підприємства.

Логотип (від др.-грец. λόγος – слово та τύπος – відбиток) – оригінальне зображення повного або скороченого найменування підприємства (організації) або товару. Логотип – найважливіший елемент іміджу компанії. Він служить, насамперед, для ідентифікації компанії на ринку. Логотипи з'явилися для того, щоб відрізнити продукцію різних фірм в рамках однієї галузі. У сприйнятті споживача наявність логотипу або торгового знаку є гарантією якості товару. Товари, що не мають логотипу, називають «попате». Логотип є обличчям фірми, це те, що може виділити її серед конкурентів, викликати довіру, сформувати позитивне враження, повернути нових відвідувачів.

В більшості випадків, логотип складається із наступних елементів:

- графічне зображення, найчастіше – це комплекс геометричних фігур;
- назва фірми або організації;
- короткий слоган – обов'язковий елемент логотипу.

Для створення успішного логотипу, він повинен відповідати основним вимогам, що пред'являються до нього: лаконічність (необхідно максимально спрощувати дизайн логотипу, зробити його доступним для сприйняття); оригінальність (логотип має бути індивідуальним, щоб його неможливо було сплутати його з іншим логотипом); асоціативність (логотип повинен відображати сферу діяльності, компанії; навіювати думки про переваги фірми); виразність; універсальність; функціональність [96].

Обов'язковими компонентами логотипу є шрифт і колір. Шрифт повинен відображати специфіку підприємства. Наприклад, для меблевих магазинів шрифт має бути ваговитим, масивним, для галантерейних – легким, витіюватим і т. д. Колір також сприяє створенню образу підприємства, полегшує сприйняття інформації. Відомі випадки, коли колір стає як би другим фірмовим найменуванням, наприклад, жовтий для фірми «Кодак», червоний і білий – «Кока-коли», синій – «ІБМ». Вибір кожного конкретного кольору і кількість фірмових кольорів залежить

Юридична особа, крім повного найменування (не більше ніж 182 символи), може мати скорочене найменування (не більше ніж 38 символів). Назва юридичної особи береться у лапки та зазначається безпосередньо після організаційно-правової форми суб'єкта господарювання.

Фірмове найменування продавець розміщує на вивісці. Вивіска повинна розташовуватися на фасаді підприємства (де розташовані вітрина і вхід) між віконними отворами або вітринами першого поверху і віконними отворами другого поверху. Вивіски мають підсвічуватися вечірньої пори індивідуальними внутрішніми або зовнішніми джерелами світла.

Вдало підібрана назва сприяє створенню оригінальної емблеми, товарного знака підприємства, слогана. Фірмове найменування може бути логотипом підприємства.

Логотип (від др.-грец. λόγος – слово та τύπος – відбиток) – оригінальне зображення повного або скороченого найменування підприємства (організації) або товару. Логотип – найважливіший елемент іміджу компанії. Він служить, насамперед, для ідентифікації компанії на ринку. Логотипи з'явилися для того, щоб відрізнити продукцію різних фірм в рамках однієї галузі. У сприйнятті споживача наявність логотипу або торгового знаку є гарантією якості товару. Товари, що не мають логотипу, називають «попате». Логотип є обличчям фірми, це те, що може виділити її серед конкурентів, викликати довіру, сформувати позитивне враження, повернути нових відвідувачів.

В більшості випадків, логотип складається із наступних елементів:

- графічне зображення, найчастіше – це комплекс геометричних фігур;
- назва фірми або організації;
- короткий слоган – обов'язковий елемент логотипу.

Для створення успішного логотипу, він повинен відповідати основним вимогам, що пред'являються до нього: лаконічність (необхідно максимально спрощувати дизайн логотипу, зробити його доступним для сприйняття); оригінальність (логотип має бути індивідуальним, щоб його неможливо було сплутати його з іншим логотипом); асоціативність (логотип повинен відображати сферу діяльності, компанії; навіювати думки про переваги фірми); виразність; універсальність; функціональність [96].

Обов'язковими компонентами логотипу є шрифт і колір. Шрифт повинен відображати специфіку підприємства. Наприклад, для меблевих магазинів шрифт має бути ваговитим, масивним, для галантерейних – легким, витіюватим і т. д. Колір також сприяє створенню образу підприємства, полегшує сприйняття інформації. Відомі випадки, коли колір стає як би другим фірмовим найменуванням, наприклад, жовтий для фірми «Кодак», червоний і білий – «Кока-коли», синій – «ІБМ». Вибір кожного конкретного кольору і кількість фірмових кольорів залежить

від специфіки підприємства, характеристики споживачів, від особливостей психології сприйняття кольору (див. додаток Б).

Фірмове найменування і його колір можуть бути юридично захищені у вигляді товарного знаку. Після відповідної реєстрації товарний знак стає власністю підприємства і не може використовуватися іншими підприємствами.

Відповідно до Цивільного кодексу України та закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» **торговельна марка або знак для товарів і послуг** (англ. trademark) – позначення, за яким товари та послуги одних осіб відрізняються від товарів та послуг інших осіб. Такими позначеннями можуть бути слова, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів. Торговельну марку називають також товарним знаком, знаком для товарів і послуг, брендом, логотипом.

Використанням торговельної марки у сфері господарювання визнається застосування її на товарах та при наданні послуг, для яких вона зареєстрована, на упаковці товарів, у рекламі, друкованих виданнях, на вистісках, під час показу експонатів на виставках і ярмарках, що проводяться в Україні, у проспектах, рахунках, на бланках та в іншій документації.

Торговельні марки можна розділити на декілька типів:

- словесні торговельні марки – позначення, що складаються тільки із слів і поєднань літер або цифр;
- зображувальні (графічні) торговельні марки – позначення, що складаються з малюнків, орнаментів, геометричних фігур;
- об'ємні торговельні марки – просторові об'єкти (частіше за все оригінальні види упаковок, флакони, пляшки, тощо);
- комбіновані торговельні марки – позначення, що поєднують всі або деякі елементи, що вказані вище.

Крім того, іноді досить рідко реєструються звукові і ароматичні торговельні марки. Як звукові торговельні марки найчастіше реєструють джінгли і музичні заставки радіостанцій. Є навіть приклад реєстрації звуку працюючого мотора мотоцикла Харлей-Девідсон. Як ароматичні торговельні марки реєструють аромати парфумерних продуктів.

Не можуть бути зареєстровані як торговельні марки:

- позначення, які зображують або імітують державні герби, прапори та інші державні символи, офіційні назви держав, емблеми, найменування міжнародних організацій, гарантійні та пробірні клейма, печатки, нагороди;
- позначення, які не мають розрізняльної здатності;
- описові позначення;
- оманливі позначення;
- позначення, що схожі із торговельними марками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

від специфіки підприємства, характеристики споживачів, від особливостей психології сприйняття кольору (див. додаток Б).

Фірмове найменування і його колір можуть бути юридично захищені у вигляді товарного знаку. Після відповідної реєстрації товарний знак стає власністю підприємства і не може використовуватися іншими підприємствами.

Відповідно до Цивільного кодексу України та закону «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» **торговельна марка або знак для товарів і послуг** (англ. trademark) – позначення, за яким товари та послуги одних осіб відрізняються від товарів та послуг інших осіб. Такими позначеннями можуть бути слова, цифри, зображувальні елементи, комбінації кольорів. Торговельну марку називають також товарним знаком, знаком для товарів і послуг, брендом, логотипом.

Використанням торговельної марки у сфері господарювання визнається застосування її на товарах та при наданні послуг, для яких вона зареєстрована, на упаковці товарів, у рекламі, друкованих виданнях, на вистісках, під час показу експонатів на виставках і ярмарках, що проводяться в Україні, у проспектах, рахунках, на бланках та в іншій документації.

Торговельні марки можна розділити на декілька типів:

- словесні торговельні марки – позначення, що складаються тільки із слів і поєднань літер або цифр;
- зображувальні (графічні) торговельні марки – позначення, що складаються з малюнків, орнаментів, геометричних фігур;
- об'ємні торговельні марки – просторові об'єкти (частіше за все оригінальні види упаковок, флакони, пляшки, тощо);
- комбіновані торговельні марки – позначення, що поєднують всі або деякі елементи, що вказані вище.

Крім того, іноді досить рідко реєструються звукові і ароматичні торговельні марки. Як звукові торговельні марки найчастіше реєструють джінгли і музичні заставки радіостанцій. Є навіть приклад реєстрації звуку працюючого мотора мотоцикла Харлей-Девідсон. Як ароматичні торговельні марки реєструють аромати парфумерних продуктів.

Не можуть бути зареєстровані як торговельні марки:

- позначення, які зображують або імітують державні герби, прапори та інші державні символи, офіційні назви держав, емблеми, найменування міжнародних організацій, гарантійні та пробірні клейма, печатки, нагороди;
- позначення, які не мають розрізняльної здатності;
- описові позначення;
- оманливі позначення;
- позначення, що схожі із торговельними марками, раніше зареєстрованими чи заявленими на реєстрацію в Україні на ім'я іншої особи для таких самих або споріднених з ними товарів і послуг.

Зареєстрована торгова марка захищає компанію від недобросовісної конкуренції і дозволяє захистити її права в суді. Право власності на торговельну марку засвідчується **свідоцтвом**, що видається Державним департаментом інтелектуальної власності. Термін дії свідоцтва – десять років з можливістю багаторазового подальшого продовження. Експертизу заявок на реєстрацію торговельної марки здійснює Український інститут промислової власності (Укрпатент). Заявка містить зображення торговельної марки, а також перелік товарів і послуг, щодо яких торговельна марка буде використовуватися.

Свідоцтво надає право його власнику забороняти іншим особам використовувати зареєстровану торговельну марку без його дозволу, за винятком випадків правомірного використання. Суб'єкти права на торговельну марку можуть проставляти попереджувальне маркування, яке вказує на те, що торговельна марка, яка застосовується, зареєстрована в Україні. У світовій практиці отримали розповсюдження позначення попереджувального маркування знаку для товарів – «TM» (скорочення від trademark) і послуг – «SM» (скорочення від service mark), які звичайно означають, що заявка на реєстрацію знака вже подана. Символ «®» (registered) означає, що цей торговий знак було зареєстровано, отримане свідоцтво та його власнику належать всі виключні права. Символи ставляться безпосередньо справа вгорі від зображення товарного знаку. Нанесення такого позначення не є обов'язковим.

Торговельна марка може належати одночасно кільком фізичним та (або) юридичним особам. Суб'єкти права на торговельну марку, які здійснюють посередницьку діяльність, можуть на підставі договору з виробником товару (послуг) використовувати свою торговельну марку з торговельною маркою виробника, а також замість його торговельної марки.

Послуги з реєстрації торговельних марок в Україні і за кордоном надають патентні агенції, які можуть проводити попередню перевірку позначень, що будуть реєструватися як торговельні марки, на тотожність і схожість з вже зареєстрованими торговельними марками. Таку перевірку часто називають попереднім пошуком торгових марок. Пошук проводиться за базою даних зареєстрованих в Україні торговельних марок, а також за відомостями про подані заявки на їх реєстрацію. Стандартна процедура реєстрації торговельної марки триває 12–18 місяців, прискорена – 8–9 місяців, швидка – 2,5–3 місяці.

Право інтелектуальної власності на торговельну марку може бути передано як вклад до статутного капіталу суб'єкта господарювання. У разі банкрутства суб'єкта господарювання право на торговельну марку оцінюється разом з іншим майном цього суб'єкта.

Реєструвати торговельну марку необхідно для того, щоб захистити ім'я свого бізнесу, щоб заощадити гроші на рекламі, рекламуючи тор-

Зареєстрована торгова марка захищає компанію від недобросовісної конкуренції і дозволяє захистити її права в суді. Право власності на торговельну марку засвідчується **свідоцтвом**, що видається Державним департаментом інтелектуальної власності. Термін дії свідоцтва – десять років з можливістю багаторазового подальшого продовження. Експертизу заявок на реєстрацію торговельної марки здійснює Український інститут промислової власності (Укрпатент). Заявка містить зображення торговельної марки, а також перелік товарів і послуг, щодо яких торговельна марка буде використовуватися.

Свідоцтво надає право його власнику забороняти іншим особам використовувати зареєстровану торговельну марку без його дозволу, за винятком випадків правомірного використання. Суб'єкти права на торговельну марку можуть проставляти попереджувальне маркування, яке вказує на те, що торговельна марка, яка застосовується, зареєстрована в Україні. У світовій практиці отримали розповсюдження позначення попереджувального маркування знаку для товарів – «TM» (скорочення від trademark) і послуг – «SM» (скорочення від service mark), які звичайно означають, що заявка на реєстрацію знака вже подана. Символ «®» (registered) означає, що цей торговий знак було зареєстровано, отримане свідоцтво та його власнику належать всі виключні права. Символи ставляться безпосередньо справа вгорі від зображення товарного знаку. Нанесення такого позначення не є обов'язковим.

Торговельна марка може належати одночасно кільком фізичним та (або) юридичним особам. Суб'єкти права на торговельну марку, які здійснюють посередницьку діяльність, можуть на підставі договору з виробником товару (послуг) використовувати свою торговельну марку з торговельною маркою виробника, а також замість його торговельної марки.

Послуги з реєстрації торговельних марок в Україні і за кордоном надають патентні агенції, які можуть проводити попередню перевірку позначень, що будуть реєструватися як торговельні марки, на тотожність і схожість з вже зареєстрованими торговельними марками. Таку перевірку часто називають попереднім пошуком торгових марок. Пошук проводиться за базою даних зареєстрованих в Україні торговельних марок, а також за відомостями про подані заявки на їх реєстрацію. Стандартна процедура реєстрації торговельної марки триває 12–18 місяців, прискорена – 8–9 місяців, швидка – 2,5–3 місяці.

Право інтелектуальної власності на торговельну марку може бути передано як вклад до статутного капіталу суб'єкта господарювання. У разі банкрутства суб'єкта господарювання право на торговельну марку оцінюється разом з іншим майном цього суб'єкта.

Реєструвати торговельну марку необхідно для того, щоб захистити ім'я свого бізнесу, щоб заощадити гроші на рекламі, рекламуючи тор-

говельну марку, а не кожний товар окремо, щоб забезпечити успішний розвиток сучасних форм бізнесу на основі передачі прав інтелектуальної власності на торговельну марку (франчайзинг, передача прав за ліцензією, тощо). Згідно з чинними правилами одержати доменне ім'я вигляду «NNN.UA» можна лише маючи на руках свідоцтво на торговельну марку «NNN».

Вартість реєстрації торговельних марок залежить від: типу торговельної марки (словесна, зображувальна або комбінована); кольоровості торговельної марки (кольорова або чорно-біла); процедури реєстрації торговельної марки (стандартна, прискорена, швидка); переліку товарів і послуг, щодо яких реєструється торговельна марка; необхідності підготовки заперечень на рішення експертизи і становить в Україні від 200 до 10000 грн. [187].

Бренд (англ. brand)— комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Бренд може мати вигляд власного імені, символу або графічного зображення, яке представляє економічний об'єкт та однозначно з ним асоціюється в свідомості споживачів. Бренд – унікальна комбінація цінностей торгової марки, за яку споживач сплачує додаткову вартість, або просто надає перевагу при покупці, часто викликає унікальні емоції. Вже пройшли ті часи, коли компанію називали по методу складання заголовних букв імен та прізвищ всіх членів сім'ї. В даний час основними критеріями правильної назви є: позитивні асоціації, легка вимова, ідея, відмінність від конкурентів, аналогічний образ і смисловий зв'язок з брендом.

Підприємці, що виготовляють товари чи надають послуги, не завжди звертаються до допомоги професіоналів при розробці, фірмового найменування, торгової марки, вважаючи це питання неважливим. З одного боку це може привести до того, що по яких-небудь причинах найменування підприємства і торгова марка не викликають у споживача позитивних асоціацій, не запам'ятовуються; а з другого боку можлива надмірна схожість з вже існуючою назвою, торговою маркою. Не дарма засновники закордонних фірм оголошують конкурси та сплачують великі гроші за влучну назву.

На сьогоднішній день в Україні все більш популярною стає послуга наймінга. Термін «**неймінг**» походить від англійського дієслова «to name» (називати) і означає професійну діяльність, пов'язану із створенням яскравої, оригінальної і такої, що запам'ятовується назви для компанії, об'єкту, товару або послуги. Підприємці розуміють: розробка назви – завдання відповідальне і вирішувати її повинні висококваліфіковані фахівці. Придумати оригінальне ім'я – завдання непросте, особливо якщо відзначити, що в процесі придумування необхідно враховувати думку широкого громадянства, точну відповідність напрямку

говельну марку, а не кожний товар окремо, щоб забезпечити успішний розвиток сучасних форм бізнесу на основі передачі прав інтелектуальної власності на торговельну марку (франчайзинг, передача прав за ліцензією, тощо). Згідно з чинними правилами одержати доменне ім'я вигляду «NNN.UA» можна лише маючи на руках свідоцтво на торговельну марку «NNN».

Вартість реєстрації торговельних марок залежить від: типу торговельної марки (словесна, зображувальна або комбінована); кольоровості торговельної марки (кольорова або чорно-біла); процедури реєстрації торговельної марки (стандартна, прискорена, швидка); переліку товарів і послуг, щодо яких реєструється торговельна марка; необхідності підготовки заперечень на рішення експертизи і становить в Україні від 200 до 10000 грн. [187].

Бренд (англ. brand)— комплекс понять, які узагальнюють уявлення людей про відповідний товар, послугу, компанію або особистість. Бренд може мати вигляд власного імені, символу або графічного зображення, яке представляє економічний об'єкт та однозначно з ним асоціюється в свідомості споживачів. Бренд – унікальна комбінація цінностей торгової марки, за яку споживач сплачує додаткову вартість, або просто надає перевагу при покупці, часто викликає унікальні емоції. Вже пройшли ті часи, коли компанію називали по методу складання заголовних букв імен та прізвищ всіх членів сім'ї. В даний час основними критеріями правильної назви є: позитивні асоціації, легка вимова, ідея, відмінність від конкурентів, аналогічний образ і смисловий зв'язок з брендом.

Підприємці, що виготовляють товари чи надають послуги, не завжди звертаються до допомоги професіоналів при розробці, фірмового найменування, торгової марки, вважаючи це питання неважливим. З одного боку це може привести до того, що по яких-небудь причинах найменування підприємства і торгова марка не викликають у споживача позитивних асоціацій, не запам'ятовуються; а з другого боку можлива надмірна схожість з вже існуючою назвою, торговою маркою. Не дарма засновники закордонних фірм оголошують конкурси та сплачують великі гроші за влучну назву.

На сьогоднішній день в Україні все більш популярною стає послуга наймінга. Термін «**неймінг**» походить від англійського дієслова «to name» (називати) і означає професійну діяльність, пов'язану із створенням яскравої, оригінальної і такої, що запам'ятовується назви для компанії, об'єкту, товару або послуги. Підприємці розуміють: розробка назви – завдання відповідальне і вирішувати її повинні висококваліфіковані фахівці. Придумати оригінальне ім'я – завдання непросте, особливо якщо відзначити, що в процесі придумування необхідно враховувати думку широкого громадянства, точну відповідність напрямку

діяльності і при цьому ім'я має бути ефектним. Воно повинне відображати враження від продукту або проекту в одному слові або фразі. Назва є першим і найчастіше найбільш запам'ятовуваним елементом індивідуальності, вона повинна завжди залучати увагу. Зараз багато хто, усвідомивши необхідність грамотного підходу до цього відповідального завдання, звертається за послугами неймінгу в професійні агентства (неймінгові, логотипні). Вартість їх послуг у світі коливається від 3 дол. до 500 тис. дол. в залежності від рівня агентства та країни його знаходження [188].

5.4 Зміст установчих документів та їх підготовка

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення – установчий (засновницький) договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання. Типовий зміст деяких установчих документів наведені у додатку В.

В установчих документах повинні бути зазначені: найменування суб'єкта господарювання, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом.

Якщо осіб, які бажають заснувати підприємство, дві або більше, такі особи укладають між собою **установчий (засновницький) договір**. У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому засновників, порядок вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, які передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації.

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

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

діяльності і при цьому ім'я має бути ефектним. Воно повинне відображати враження від продукту або проекту в одному слові або фразі. Назва є першим і найчастіше найбільш запам'ятовуваним елементом індивідуальності, вона повинна завжди залучати увагу. Зараз багато хто, усвідомивши необхідність грамотного підходу до цього відповідального завдання, звертається за послугами неймінгу в професійні агентства (неймінгові, логотипні). Вартість їх послуг у світі коливається від 3 дол. до 500 тис. дол. в залежності від рівня агентства та країни його знаходження [188].

5.4 Зміст установчих документів та їх підготовка

Установчими документами суб'єкта господарювання є рішення про його утворення – установчий (засновницький) договір, а у випадках, передбачених законом, статут (положення) суб'єкта господарювання. Типовий зміст деяких установчих документів наведені у додатку В.

В установчих документах повинні бути зазначені: найменування суб'єкта господарювання, мета і предмет господарської діяльності, склад і компетенція його органів управління, порядок прийняття ними рішень, порядок формування майна, розподілу прибутків та збитків, умови його реорганізації та ліквідації, якщо інше не передбачено законом.

Якщо осіб, які бажають заснувати підприємство, дві або більше, такі особи укладають між собою **установчий (засновницький) договір**. У засновницькому договорі засновники зобов'язуються утворити суб'єкт господарювання, визначають порядок спільної діяльності щодо його утворення, умови передачі йому свого майна, порядок розподілу прибутків і збитків, управління діяльністю суб'єкта господарювання та участі в ньому засновників, порядок вибуття та входження нових засновників, інші умови діяльності суб'єкта господарювання, які передбачені законом, а також порядок його реорганізації та ліквідації.

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

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

Статут (положення) затверджується власником майна (засновником) суб'єкта господарювання чи його представниками.

Установчим документом повного товариства і командитного товариства є засновницький договір. Установчим документом акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і товариства з додатковою відповідальністю є статут.

Установчі документи господарського товариства повинні містити відомості про вид товариства, предмет і цілі його діяльності, склад засновників та учасників, склад і компетенцію органів товариства та порядок прийняття ними рішень, включаючи перелік питань, з яких необхідна однотайність або кваліфікована більшість голосів, інші відомості.

Статут товариства з обмеженою відповідальністю, крім зазначених відомостей, повинен містити відомості про розмір часток кожного з учасників, розмір, склад та порядок внесення ними вкладів. Статут акціонерного товариства, повинен містити відомості про види акцій, що випускаються, їх номінальну вартість, співвідношення акцій різних видів, кількість акцій, що купуються засновниками, наслідки невиконання зобов'язань по викупу акцій. Статутом може бути встановлено порядок визначення розміру часток учасників залежно від зміни вартості майна, внесеного як вклад, та додаткових внесків учасників.

Засновницький договір повного товариства і командитного товариства, крім зазначених відомостей, повинен визначати розмір частки кожного з учасників, форму їх участі у справах товариства, розмір, склад і порядок внесення ними вкладів. Стосовно вкладників командитного товариства в засновницькому договорі вказуються тільки сукупний розмір їх часток у майні товариства та розмір, склад і порядок внесення ними вкладів.

Якщо в установчих документах не вказано строк діяльності господарського товариства, воно вважається створеним на невизначений строк.

Установчі документи господарського товариства у передбачених законом випадках погоджуються з Антимонопольним комітетом України. Порушення встановлених вимог щодо змісту установчих документів господарського товариства є підставою для відмови у його державній реєстрації.

Суб'єкт господарювання може створюватися та діяти на підставі модельного статуту, що після його прийняття учасниками стає установчим документом [11]. **Модельний статут** – типовий установчий документ, затверджений Кабінетом Міністрів України, який використовується для створення та провадження діяльності юридичних осіб відповідних організаційно-правових форм, містить встановлені законом правила, що регулюють правовий статус, права, обов'язки та відносини, які пов'язані із створенням, управлінням та провадженням господарської діяльності відповідних юридичних осіб.

Статут (положення) затверджується власником майна (засновником) суб'єкта господарювання чи його представниками.

Установчим документом повного товариства і командитного товариства є засновницький договір. Установчим документом акціонерного товариства, товариства з обмеженою відповідальністю і товариства з додатковою відповідальністю є статут.

Установчі документи господарського товариства повинні містити відомості про вид товариства, предмет і цілі його діяльності, склад засновників та учасників, склад і компетенцію органів товариства та порядок прийняття ними рішень, включаючи перелік питань, з яких необхідна однотайність або кваліфікована більшість голосів, інші відомості.

Статут товариства з обмеженою відповідальністю, крім зазначених відомостей, повинен містити відомості про розмір часток кожного з учасників, розмір, склад та порядок внесення ними вкладів. Статут акціонерного товариства, повинен містити відомості про види акцій, що випускаються, їх номінальну вартість, співвідношення акцій різних видів, кількість акцій, що купуються засновниками, наслідки невиконання зобов'язань по викупу акцій. Статутом може бути встановлено порядок визначення розміру часток учасників залежно від зміни вартості майна, внесеного як вклад, та додаткових внесків учасників.

Засновницький договір повного товариства і командитного товариства, крім зазначених відомостей, повинен визначати розмір частки кожного з учасників, форму їх участі у справах товариства, розмір, склад і порядок внесення ними вкладів. Стосовно вкладників командитного товариства в засновницькому договорі вказуються тільки сукупний розмір їх часток у майні товариства та розмір, склад і порядок внесення ними вкладів.

Якщо в установчих документах не вказано строк діяльності господарського товариства, воно вважається створеним на невизначений строк.

Установчі документи господарського товариства у передбачених законом випадках погоджуються з Антимонопольним комітетом України. Порушення встановлених вимог щодо змісту установчих документів господарського товариства є підставою для відмови у його державній реєстрації.

Суб'єкт господарювання може створюватися та діяти на підставі модельного статуту, що після його прийняття учасниками стає установчим документом [11]. **Модельний статут** – типовий установчий документ, затверджений Кабінетом Міністрів України, який використовується для створення та провадження діяльності юридичних осіб відповідних організаційно-правових форм, містить встановлені законом правила, що регулюють правовий статус, права, обов'язки та відносини, які пов'язані із створенням, управлінням та провадженням господарської діяльності відповідних юридичних осіб.

Засновники підприємства мають право приймати рішення, на базі чого вони будуть здійснювати господарську діяльність – модельного статуту або розробленого індивідуального. Якщо господарське товариство створюється та діє на підставі модельного статуту, в рішенні про його створення, яке підписується усіма засновниками, зазначаються відомості про вид товариства, його найменування, місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, склад засновників та учасників, розмір статутного (складеного) капіталу, розмір часток кожного з учасників, порядок внесення ними вкладів, а також інформація про провадження діяльності на основі модельного статуту.

5.5 Державна реєстрація підприємницької діяльності

Кінцевим етапом установчої стадії процесу створення підприємства є державна реєстрація. Суб'єкт господарювання підлягає державній реєстрації як юридична особа чи фізична особа – підприємець. Спеціально уповноважений орган з питань державної реєстрації в Україні – Державна реєстраційна служба.

Розглянемо **порядок проведення державної реєстрації** суб'єкта підприємницької діяльності [16].

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців проводиться державним реєстратором виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній, районній у містах Києві та Севастополі державній адміністрації за місцезнаходженням юридичної особи або за місцем проживання фізичної особи – підприємця.

Документи, які подаються (надсилаються рекомендованим листом або електронним документом) державному реєстратору, повинні бути викладені державною мовою. Реєстраційна картка заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами. Установчі документи юридичної особи, а також зміни до них, викладаються письмово, прошиваються, пронумеровуються та підписуються засновниками (учасниками) або уповноваженими особами. Електронні документи, подані для проведення державної реєстрації оформляються згідно з вимогами законодавства у сфері електронних документів та електронного документообігу, а також електронного цифрового підпису. Електронний документ вважається одержаним державним реєстратором з часу надходження заявникові повідомлення в електронній формі про одержання такого електронного документа державним реєстратором. Державний реєстратор автоматично після отримання від заявника електронного документа надсилає йому електронний документ з підтвердженням факту одержання.

Засновники підприємства мають право приймати рішення, на базі чого вони будуть здійснювати господарську діяльність – модельного статуту або розробленого індивідуального. Якщо господарське товариство створюється та діє на підставі модельного статуту, в рішенні про його створення, яке підписується усіма засновниками, зазначаються відомості про вид товариства, його найменування, місцезнаходження, предмет і цілі діяльності, склад засновників та учасників, розмір статутного (складеного) капіталу, розмір часток кожного з учасників, порядок внесення ними вкладів, а також інформація про провадження діяльності на основі модельного статуту.

5.5 Державна реєстрація підприємницької діяльності

Кінцевим етапом установчої стадії процесу створення підприємства є державна реєстрація. Суб'єкт господарювання підлягає державній реєстрації як юридична особа чи фізична особа – підприємець. Спеціально уповноважений орган з питань державної реєстрації в Україні – Державна реєстраційна служба.

Розглянемо **порядок проведення державної реєстрації** суб'єкта підприємницької діяльності [16].

Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців проводиться державним реєстратором виключно у виконавчому комітеті міської ради міста обласного значення або у районній, районній у містах Києві та Севастополі державній адміністрації за місцезнаходженням юридичної особи або за місцем проживання фізичної особи – підприємця.

Документи, які подаються (надсилаються рекомендованим листом або електронним документом) державному реєстратору, повинні бути викладені державною мовою. Реєстраційна картка заповнюється машинодруком або від руки друкованими літерами. Установчі документи юридичної особи, а також зміни до них, викладаються письмово, прошиваються, пронумеровуються та підписуються засновниками (учасниками) або уповноваженими особами. Електронні документи, подані для проведення державної реєстрації оформляються згідно з вимогами законодавства у сфері електронних документів та електронного документообігу, а також електронного цифрового підпису. Електронний документ вважається одержаним державним реєстратором з часу надходження заявникові повідомлення в електронній формі про одержання такого електронного документа державним реєстратором. Державний реєстратор автоматично після отримання від заявника електронного документа надсилає йому електронний документ з підтвердженням факту одержання.

За проведення державної реєстрації справляється реєстраційний збір у такому розмірі:

- десять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян – за проведення державної реєстрації юридичної особи;
- два неоподатковуваних мінімумів доходів громадян – за проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця.

За проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи, державної реєстрації зміни імені або місця проживання фізичної особи – підприємця справляється реєстраційний збір у розмірі тридцяти відсотків.

Для проведення державної реєстрації **юридичної особи** засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи. У разі утворення юридичної особи на підставі модельного статуту в реєстраційній картці на проведення державної реєстрації юридичної особи проставляється відповідна відмітка з посиланням на типовий установчий документ;
- примірник оригіналу (ксерокопію, нотаріально засвідчену копію) рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи;
- два примірники установчих документів (у разі подання електронних документів – один примірник);
- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи;
- інформацію з документами, що підтверджують структуру власності засновників – юридичних осіб, яка дає змогу встановити фізичних осіб – власників істотної участі цих юридичних осіб.

У випадках, що передбачені законом, крім цих документів додатково подається (надсилається) копія рішення органів Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України про надання дозволу на узгоджені дії або на концентрацію суб'єктів господарювання.

У разі державної реєстрації фермерського господарства крім документів, подається копія Державного акта на право приватної власності засновника на землю або копія Державного акта на право постійного користування землею засновником, або нотаріально посвідчена копія договору про право користування землею засновником, зокрема на умовах оренди.

У разі державної реєстрації юридичної особи, засновником (засновниками) якої є іноземна юридична особа, додатково подається документ про підтвердження реєстрації іноземної особи в країні її місцезнаходження.

За проведення державної реєстрації справляється реєстраційний збір у такому розмірі:

- десять неоподатковуваних мінімумів доходів громадян – за проведення державної реєстрації юридичної особи;
- два неоподатковуваних мінімумів доходів громадян – за проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця.

За проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи, державної реєстрації зміни імені або місця проживання фізичної особи – підприємця справляється реєстраційний збір у розмірі тридцяти відсотків.

Для проведення державної реєстрації **юридичної особи** засновник (засновники) або уповноважена ними особа повинні особисто подати державному реєстратору (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації юридичної особи. У разі утворення юридичної особи на підставі модельного статуту в реєстраційній картці на проведення державної реєстрації юридичної особи проставляється відповідна відмітка з посиланням на типовий установчий документ;
- примірник оригіналу (ксерокопію, нотаріально засвідчену копію) рішення засновників або уповноваженого ними органу про створення юридичної особи;
- два примірники установчих документів (у разі подання електронних документів – один примірник);
- документ, що засвідчує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації юридичної особи;
- інформацію з документами, що підтверджують структуру власності засновників – юридичних осіб, яка дає змогу встановити фізичних осіб – власників істотної участі цих юридичних осіб.

У випадках, що передбачені законом, крім цих документів додатково подається (надсилається) копія рішення органів Антимонопольного комітету України або Кабінету Міністрів України про надання дозволу на узгоджені дії або на концентрацію суб'єктів господарювання.

У разі державної реєстрації фермерського господарства крім документів, подається копія Державного акта на право приватної власності засновника на землю або копія Державного акта на право постійного користування землею засновником, або нотаріально посвідчена копія договору про право користування землею засновником, зокрема на умовах оренди.

У разі державної реєстрації юридичної особи, засновником (засновниками) якої є іноземна юридична особа, додатково подається документ про підтвердження реєстрації іноземної особи в країні її місцезнаходження.

Подання засновником (засновниками) або уповноваженою ним (ними) особою документів державному реєстратору для проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи здійснюється виключно на паперових носіях без подання електронних документів.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються засновником юридичної особи, державному реєстратору додатково пред'являється його паспорт. Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються особою, уповноваженою засновником (засновниками) юридичної особи, державному реєстратору додатково пред'являється її паспорт та надається документ, що засвідчує її повноваження,

Документи, які подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, приймаються за описом, копія якого в день надходження документів видається (надсилається рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі з відміткою про дату надходження документів.

Державний реєстратор залишає без розгляду документи, які подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, якщо:

- документи подані за неналежним місцем проведення державної реєстрації;
- документи не відповідають вимогам;
- до державного реєстратора надійшло рішення суду щодо заборони у проведенні реєстраційних дій;
- документи подані не в повному обсязі;
- документи подано особою, яка не має на це повноважень.

У цьому випадку не пізніше наступного робочого дня надсилається відповідне повідомлення. Можливе повторне звернення до державного реєстратора в загальному порядку після усунення причин, що були підставою для залишення цих документів без розгляду.

За відсутності підстав для залишення документів без розгляду державний реєстратор перевіряє ці документи на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи. Такими підставами є:

- невідповідність відомостей, які вказані в реєстраційній картці відомостям, які зазначені в поданих документах;
- невідповідність змісту установчих документів законодавству;
- наявність обмежень на зайняття відповідних посад, встановлених законом щодо осіб, які зазначені як посадові особи органу управління юридичної особи; невідповідність відомостей про засновників (учасників) юридичної особи відомостям щодо них, які містяться в Єдиному державному реєстрі; засновником (учасником) є юридична особа, щодо якої прийнято рішення щодо припинення;
- наявність в Єдиному державному реєстрі найменування, яке тожне найменуванню юридичної особи, яка має намір зареєструватися;

Подання засновником (засновниками) або уповноваженою ним (ними) особою документів державному реєстратору для проведення державної реєстрації змін до установчих документів юридичної особи здійснюється виключно на паперових носіях без подання електронних документів.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються засновником юридичної особи, державному реєстратору додатково пред'являється його паспорт. Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються особою, уповноваженою засновником (засновниками) юридичної особи, державному реєстратору додатково пред'являється її паспорт та надається документ, що засвідчує її повноваження,

Документи, які подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, приймаються за описом, копія якого в день надходження документів видається (надсилається рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі з відміткою про дату надходження документів.

Державний реєстратор залишає без розгляду документи, які подані для проведення державної реєстрації юридичної особи, якщо:

- документи подані за неналежним місцем проведення державної реєстрації;
- документи не відповідають вимогам;
- до державного реєстратора надійшло рішення суду щодо заборони у проведенні реєстраційних дій;
- документи подані не в повному обсязі;
- документи подано особою, яка не має на це повноважень.

У цьому випадку не пізніше наступного робочого дня надсилається відповідне повідомлення. Можливе повторне звернення до державного реєстратора в загальному порядку після усунення причин, що були підставою для залишення цих документів без розгляду.

За відсутності підстав для залишення документів без розгляду державний реєстратор перевіряє ці документи на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації юридичної особи. Такими підставами є:

- невідповідність відомостей, які вказані в реєстраційній картці відомостям, які зазначені в поданих документах;
- невідповідність змісту установчих документів законодавству;
- наявність обмежень на зайняття відповідних посад, встановлених законом щодо осіб, які зазначені як посадові особи органу управління юридичної особи; невідповідність відомостей про засновників (учасників) юридичної особи відомостям щодо них, які містяться в Єдиному державному реєстрі; засновником (учасником) є юридична особа, щодо якої прийнято рішення щодо припинення;
- наявність в Єдиному державному реєстрі найменування, яке тожне найменуванню юридичної особи, яка має намір зареєструватися;

– використання у найменуванні юридичної особи приватного права повного чи скороченого найменування органу державної влади або органу місцевого самоврядування, або похідних від цих найменувань, або історичного державного найменування, перелік яких встановлюється Кабінетом Міністрів України;

– невідповідність найменування юридичної особи вимогам закону щодо найменування окремих видів юридичних осіб (банк, кредитна спілка, недержавний пенсійний фонд тощо);

– встановлена іншими законами заборона використання у найменуванні юридичної особи певних термінів, аббревіатур, похідних термінів.

Відмова у проведенні державної реєстрації юридичної особи з інших підстав не допускається.

За наявності підстав для відмови у проведенні реєстрації державний реєстратор не пізніше трьох робочих днів з дати надходження документів видає (надсилає рекомендованим листом з описом вкладення) засновнику або уповноваженій ним особі повідомлення про відмову в проведенні державної реєстрації та документи, що подавалися. Після усунення причин, що були підставою для відмови можна повторно подати документи на реєстрацію.

За відсутності підстав для відмови державний реєстратор вносить до реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи ідентифікаційний код відповідно до вимог Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України та вносить до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців запис про проведення державної реєстрації юридичної особи на підставі відомостей цієї реєстраційної картки.

Строк державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати **три робочих дні** з дати надходження документів для проведення реєстрації. Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи державним реєстратором видається (надсилається рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи та виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

Державний реєстратор у день державної реєстрації юридичної особи передає відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи.

Для проведення **державної реєстрації фізичної особи, яка має намір стати підприємцем** та має реєстраційний номер облікової картки платника податків, або уповноважена нею особа (далі – заявник) повинна подати особисто (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що

– використання у найменуванні юридичної особи приватного права повного чи скороченого найменування органу державної влади або органу місцевого самоврядування, або похідних від цих найменувань, або історичного державного найменування, перелік яких встановлюється Кабінетом Міністрів України;

– невідповідність найменування юридичної особи вимогам закону щодо найменування окремих видів юридичних осіб (банк, кредитна спілка, недержавний пенсійний фонд тощо);

– встановлена іншими законами заборона використання у найменуванні юридичної особи певних термінів, аббревіатур, похідних термінів.

Відмова у проведенні державної реєстрації юридичної особи з інших підстав не допускається.

За наявності підстав для відмови у проведенні реєстрації державний реєстратор не пізніше трьох робочих днів з дати надходження документів видає (надсилає рекомендованим листом з описом вкладення) засновнику або уповноваженій ним особі повідомлення про відмову в проведенні державної реєстрації та документи, що подавалися. Після усунення причин, що були підставою для відмови можна повторно подати документи на реєстрацію.

За відсутності підстав для відмови державний реєстратор вносить до реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи ідентифікаційний код відповідно до вимог Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України та вносить до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців запис про проведення державної реєстрації юридичної особи на підставі відомостей цієї реєстраційної картки.

Строк державної реєстрації юридичної особи не повинен перевищувати **три робочих дні** з дати надходження документів для проведення реєстрації. Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації юридичної особи державним реєстратором видається (надсилається рекомендованим листом) засновнику або уповноваженій ним особі один примірник оригіналу установчих документів з відміткою державного реєстратора про проведення державної реєстрації юридичної особи та виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

Державний реєстратор у день державної реєстрації юридичної особи передає відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України відомості з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи.

Для проведення **державної реєстрації фізичної особи, яка має намір стати підприємцем** та має реєстраційний номер облікової картки платника податків, або уповноважена нею особа (далі – заявник) повинна подати особисто (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення або в разі подання електронних документів подати опис, що

містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- копію документа, що засвідчує реєстрацію у Державному реєстрі фізичних осіб – платників податків;
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- нотаріально посвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника, або органу опіки та піклування, якщо заявником є неповнолітня фізична особа, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю.

Подання фізичною особою – підприємцем документів державному реєстратору для проведення державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу – підприємця здійснюється виключно на паперових носіях без подання електронних документів.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються заявником особисто, державному реєстратору додатково пред'являється паспорт. Уповноважена особа повинна пред'явити свій паспорт та документ, що засвідчує її повноваження. Документи приймаються за описом, копія якого видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику з відміткою про дату надходження документів.

Державний реєстратор має право залишити без розгляду документи, які подані для проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця, якщо:

- документи подані за неналежним місцем проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- документи подані не у повному обсязі.

Про залишення документів без розгляду заявнику не пізніше наступного робочого дня видається (надсилається рекомендованим листом з описом вкладення) відповідне повідомлення. Можливе повторне звернення заявника до державного реєстратора після усунення причин, що були підставою для залишення цих документів без розгляду.

Далі державний реєстратор перевіряє документи на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи – підприємця, якими є:

- невідповідність відомостей, які вказані у реєстраційній картці відомостям, які зазначені у документах, що подані для проведення державної реєстрації;
- наявність обмежень на зайняття підприємницькою діяльністю, які встановлені законом, щодо фізичної особи, яка має намір стати підприємцем;
- наявність в Єдиному державному реєстрі запису, що заявник є підприємцем.

містить відомості про надіслані електронні документи, в електронній формі) державному реєстратору за місцем проживання такі документи:

- заповнену реєстраційну картку на проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- копію документа, що засвідчує реєстрацію у Державному реєстрі фізичних осіб – платників податків;
- документ, що підтверджує внесення реєстраційного збору за проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- нотаріально посвідчену письмову згоду батьків (усиновлювачів) або піклувальника, або органу опіки та піклування, якщо заявником є неповнолітня фізична особа, яка досягла шістнадцяти років і має бажання займатися підприємницькою діяльністю.

Подання фізичною особою – підприємцем документів державному реєстратору для проведення державної реєстрації змін до відомостей про фізичну особу – підприємця здійснюється виключно на паперових носіях без подання електронних документів.

Якщо документи для проведення державної реєстрації подаються заявником особисто, державному реєстратору додатково пред'являється паспорт. Уповноважена особа повинна пред'явити свій паспорт та документ, що засвідчує її повноваження. Документи приймаються за описом, копія якого видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику з відміткою про дату надходження документів.

Державний реєстратор має право залишити без розгляду документи, які подані для проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця, якщо:

- документи подані за неналежним місцем проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця;
- документи подані не у повному обсязі.

Про залишення документів без розгляду заявнику не пізніше наступного робочого дня видається (надсилається рекомендованим листом з описом вкладення) відповідне повідомлення. Можливе повторне звернення заявника до державного реєстратора після усунення причин, що були підставою для залишення цих документів без розгляду.

Далі державний реєстратор перевіряє документи на відсутність підстав для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи – підприємця, якими є:

- невідповідність відомостей, які вказані у реєстраційній картці відомостям, які зазначені у документах, що подані для проведення державної реєстрації;
- наявність обмежень на зайняття підприємницькою діяльністю, які встановлені законом, щодо фізичної особи, яка має намір стати підприємцем;
- наявність в Єдиному державному реєстрі запису, що заявник є підприємцем.

Відмова у проведенні державної реєстрації фізичної особи – підприємця з інших підстав не допускається.

За наявності підстав для відмови державний реєстратор зобов'язаний не пізніше двох робочих днів з дати надходження документів видати (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) заявнику повідомлення про відмову у проведенні державної реєстрації та документи, що подавалися. Після усунення причин, що були підставою для відмови у проведенні реєстрації фізична особа може повторно подати документи на проведення державної реєстрації.

За відсутності підстав для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи – підприємця державний реєстратор повинен внести до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців запис про проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця на підставі відомостей реєстраційної картки.

Строк державної реєстрації фізичної особи – підприємця не повинен перевищувати **два робочих дні** з дати надходження документів. Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи – підприємця державним реєстратором видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи – підприємця зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця для взяття фізичної особи – підприємця на облік.

Схематично процедуру державної реєстрації юридичної особи та фізичної особи-підприємця наведено на рисунках 5.3 та 5.4.

Відмову в проведенні державної реєстрації юридичної або фізичної особи-підприємця може бути оскаржено в суді.

Для деяких видів підприємницької діяльності після реєстрації необхідно отримати ліцензію або патент, інші дозвільні документи.

Таким чином, в Україні діє сучасна система електронної реєстрації, базовою складовою частиною якої є Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Єдиний державний реєстр працює в режимі он-лайн та забезпечує безперервний процес державної реєстрації, а також автоматичне направлення відповідним державним органам інформації про зареєстровані суб'єкти господарювання. Терміни державної реєстрації складають від 1 до 3-х днів разом з процедурами постановки на облік в інших органах. Із впровадженням Єдиного державного реєстру вдвічі збільшились темпи реєстраційних дій, можливо зарезервувати майбутнє найменування суб'єкта (щоб воно не повторювало те, що вже існує).

Відмова у проведенні державної реєстрації фізичної особи – підприємця з інших підстав не допускається.

За наявності підстав для відмови державний реєстратор зобов'язаний не пізніше двох робочих днів з дати надходження документів видати (надіслати рекомендованим листом з описом вкладення) заявнику повідомлення про відмову у проведенні державної реєстрації та документи, що подавалися. Після усунення причин, що були підставою для відмови у проведенні реєстрації фізична особа може повторно подати документи на проведення державної реєстрації.

За відсутності підстав для відмови у проведенні державної реєстрації фізичної особи – підприємця державний реєстратор повинен внести до Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців запис про проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця на підставі відомостей реєстраційної картки.

Строк державної реєстрації фізичної особи – підприємця не повинен перевищувати **два робочих дні** з дати надходження документів. Не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи – підприємця державним реєстратором видається (надсилається рекомендованим листом) заявнику виписка з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців.

Державний реєстратор не пізніше наступного робочого дня з дати державної реєстрації фізичної особи – підприємця зобов'язаний передати відповідним органам статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України повідомлення про проведення державної реєстрації фізичної особи – підприємця для взяття фізичної особи – підприємця на облік.

Схематично процедуру державної реєстрації юридичної особи та фізичної особи-підприємця наведено на рисунках 5.3 та 5.4.

Відмову в проведенні державної реєстрації юридичної або фізичної особи-підприємця може бути оскаржено в суді.

Для деяких видів підприємницької діяльності після реєстрації необхідно отримати ліцензію або патент, інші дозвільні документи.

Таким чином, в Україні діє сучасна система електронної реєстрації, базовою складовою частиною якої є Єдиний державний реєстр юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців. Єдиний державний реєстр працює в режимі он-лайн та забезпечує безперервний процес державної реєстрації, а також автоматичне направлення відповідним державним органам інформації про зареєстровані суб'єкти господарювання. Терміни державної реєстрації складають від 1 до 3-х днів разом з процедурами постановки на облік в інших органах. Із впровадженням Єдиного державного реєстру вдвічі збільшились темпи реєстраційних дій, можливо зарезервувати майбутнє найменування суб'єкта (щоб воно не повторювало те, що вже існує).

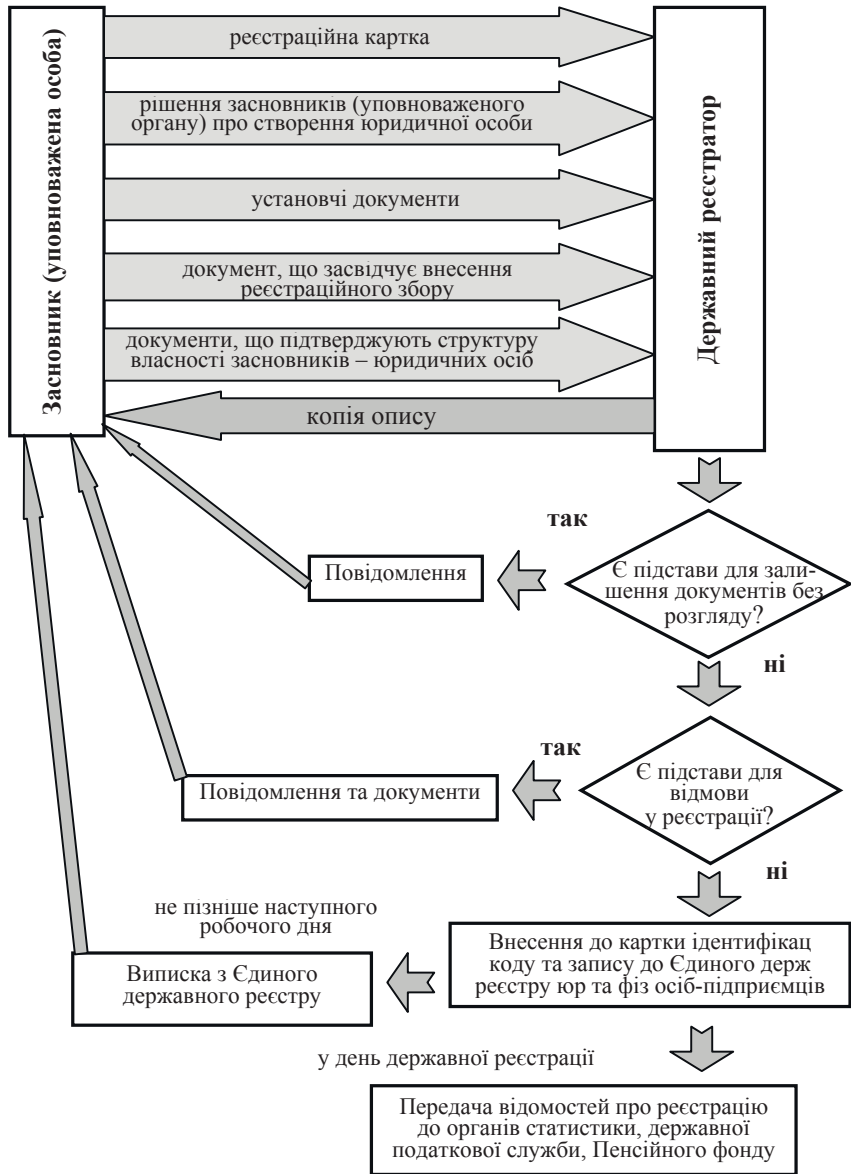


Рисунок 5.3 – Процедура державної реєстрації юридичної особи (протягом трьох робочих днів)

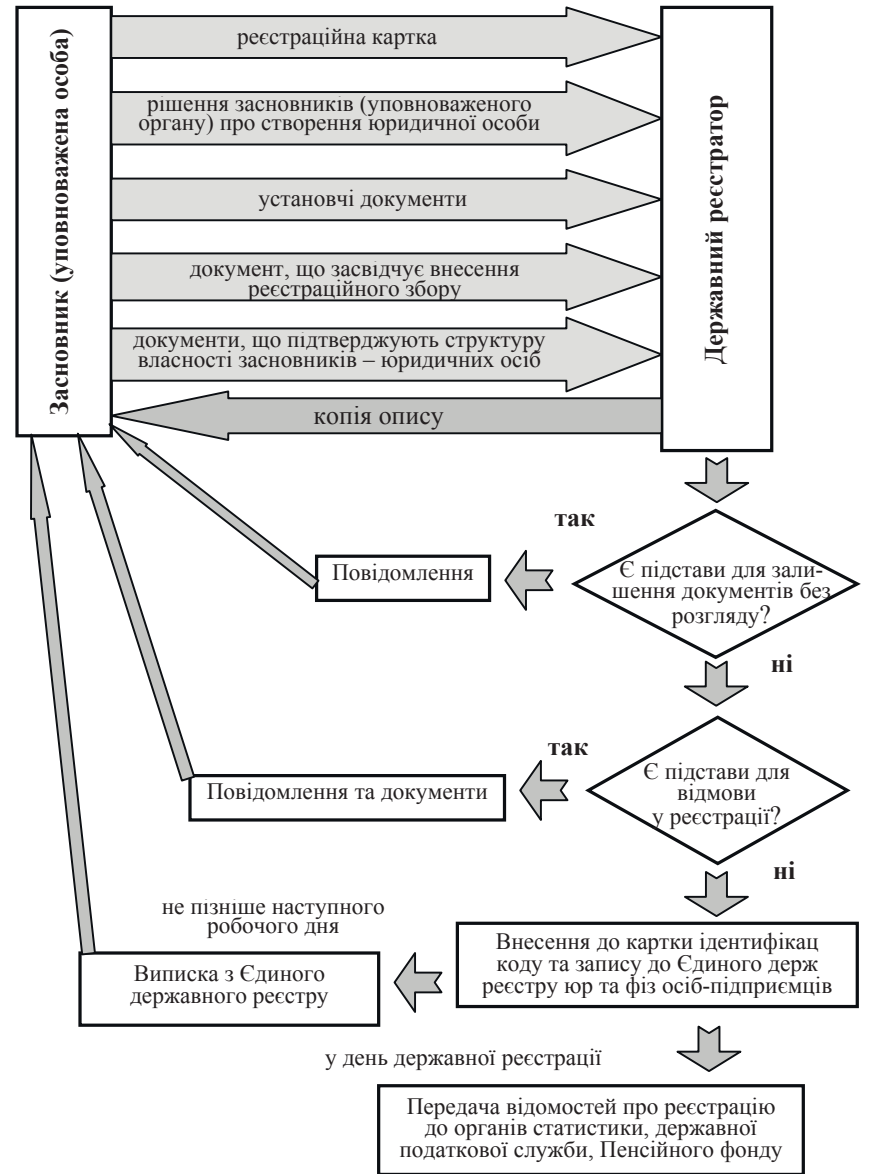


Рисунок 5.3 – Процедура державної реєстрації юридичної особи (протягом трьох робочих днів)

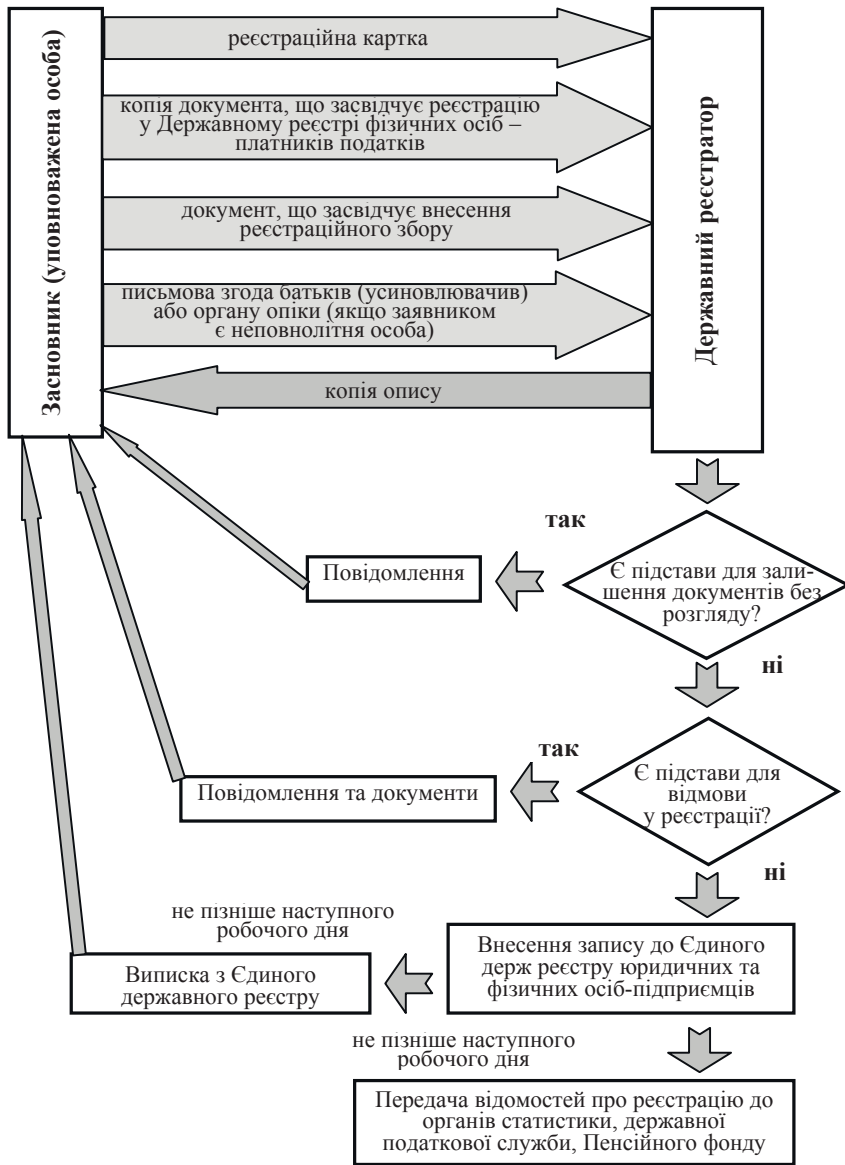


Рисунок 5.4 – Процедура державної реєстрації фізичної особи, яка має намір стати підприємцем (протягом двох робочих днів)

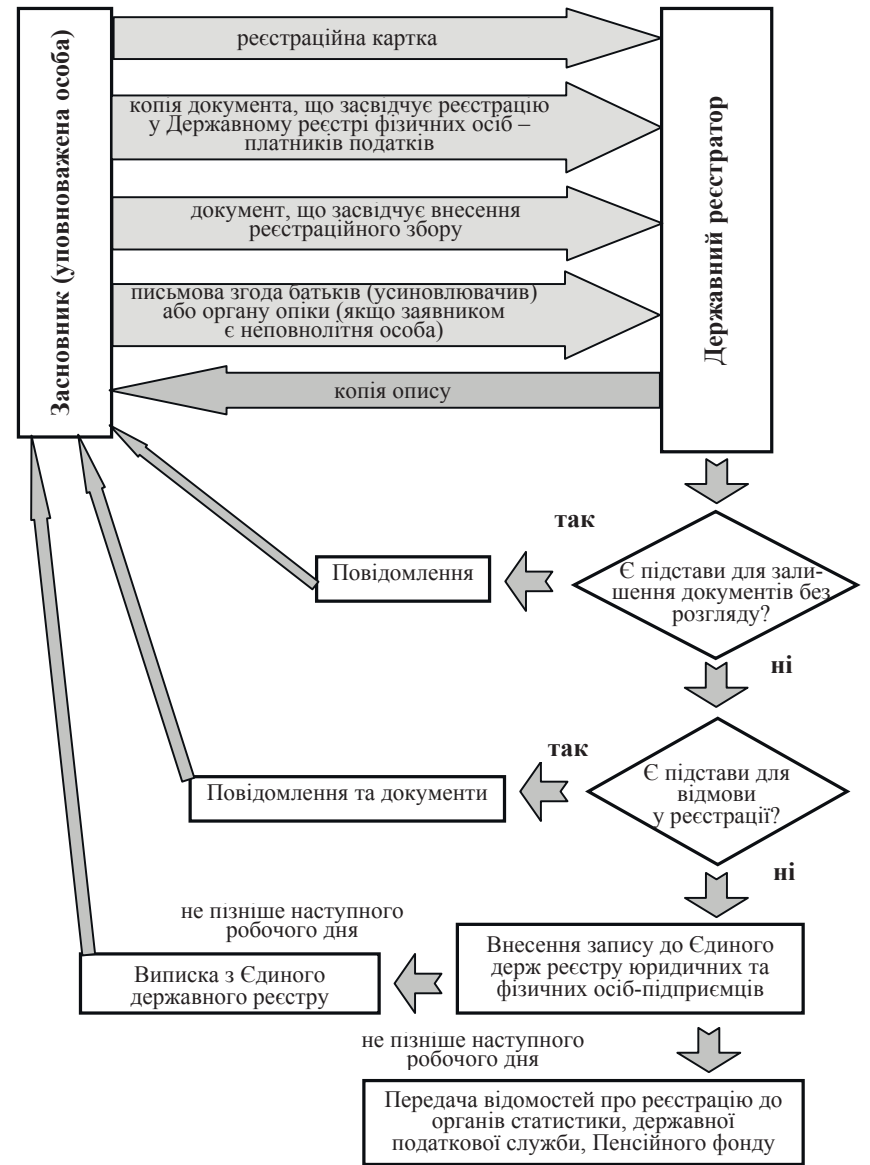


Рисунок 5.4 – Процедура державної реєстрації фізичної особи, яка має намір стати підприємцем (протягом двох робочих днів)

Міністерством юстиції затверджений наказ (від 19.08.2011 р.) про порядок подачі **електронних документів для проведення державної реєстрації** юридичних та фізичних осіб із застосуванням телекомунікаційних мереж загального користування., згідно з яким. держреєстратор направляє заявникам документи шляхом надання ним доступу до документів на веб-сайті по унікальному ідентифікатору (певний неповторний логічний послідовності символів). Заповнення реєстраційної картки здійснюється за допомогою програми формування і подачі документів, розміщеної на веб-сайті. Решта всіх документів створюється (за допомогою цієї ж програми) у вигляді файлів, що містять образи відсканованих з паперових носіїв документів. Кожен електронний документ (окрім документа, що засвідчує повноваження особи) повинен завірятися електронним цифровим підписом заявника, сумісним з програмою формування і подачі документів. Заяви і документи, передані через нотаріуса, завіряються електронно-цифровим підписом останнього. На кожен електронний документ формуються 2 файли – файл, документ, що містить власне, і файл, що містить електронний цифровий підпис. Ці 2 файли включаються в зір-архів (засобами програми формування і подачі документів), який подається держреєстратору через веб-сайт.

У разі позитивного проходження зір-архівом контролю заявникові (або нотаріусові) автоматично посилається повідомлення в електронній формі, що містить унікальний ідентифікатор. Державний реєстратор, що отримав документи заявника, зобов'язаний підтвердити заявникові повідомленням в електронній формі факт отримання документів. Повідомлення про залишення документів без розгляду або про відмову в реєстрації, як і виписка з Єдиного державного реєстру засвідчуються електронним цифровим підписом державного реєстратора.

Спеціально уповноважений орган державної реєстрації (Державна реєстраційна служба) розробляє і розміщує на своєму Інтернет-порталі всю необхідну інформацію для здійснення електронної реєстрації суб'єктів господарювання. Електронне оформлення, на думку чиновників, повинне запобігти підробці документів. Крім того, це спростить порядок отримання відомостей про підприємства з Єдиного державного реєстру. За кордоном електронну реєстрацію використовують вже давно. У Великобританії з 2000 року реалізується програма «E-citizen, e-business, e-government». Програма передбачає розвиток і використання всіх електронних видів державних послуг, які можуть надаватися через Інтернет, мобільний зв'язок, цифрове телебачення, центри обслуговування викликів (call-центри). Англіїці можуть отримувати в Інтернеті довідки і документи, подавати скарги і заяви, заповнювати податкові декларації, отримувати реакцію на свої запити в режимі он-лайн.

Право на здійснення підприємницької діяльності суб'єкт набуває лише після акту державної реєстрації такої діяльності, інакше вона є незаконною.

Міністерством юстиції затверджений наказ (від 19.08.2011 р.) про порядок подачі **електронних документів для проведення державної реєстрації** юридичних та фізичних осіб із застосуванням телекомунікаційних мереж загального користування., згідно з яким. держреєстратор направляє заявникам документи шляхом надання ним доступу до документів на веб-сайті по унікальному ідентифікатору (певний неповторний логічний послідовності символів). Заповнення реєстраційної картки здійснюється за допомогою програми формування і подачі документів, розміщеної на веб-сайті. Решта всіх документів створюється (за допомогою цієї ж програми) у вигляді файлів, що містять образи відсканованих з паперових носіїв документів. Кожен електронний документ (окрім документа, що засвідчує повноваження особи) повинен завірятися електронним цифровим підписом заявника, сумісним з програмою формування і подачі документів. Заяви і документи, передані через нотаріуса, завіряються електронно-цифровим підписом останнього. На кожен електронний документ формуються 2 файли – файл, документ, що містить власне, і файл, що містить електронний цифровий підпис. Ці 2 файли включаються в зір-архів (засобами програми формування і подачі документів), який подається держреєстратору через веб-сайт.

У разі позитивного проходження зір-архівом контролю заявникові (або нотаріусові) автоматично посилається повідомлення в електронній формі, що містить унікальний ідентифікатор. Державний реєстратор, що отримав документи заявника, зобов'язаний підтвердити заявникові повідомленням в електронній формі факт отримання документів. Повідомлення про залишення документів без розгляду або про відмову в реєстрації, як і виписка з Єдиного державного реєстру засвідчуються електронним цифровим підписом державного реєстратора.

Спеціально уповноважений орган державної реєстрації (Державна реєстраційна служба) розробляє і розміщує на своєму Інтернет-порталі всю необхідну інформацію для здійснення електронної реєстрації суб'єктів господарювання. Електронне оформлення, на думку чиновників, повинне запобігти підробці документів. Крім того, це спростить порядок отримання відомостей про підприємства з Єдиного державного реєстру. За кордоном електронну реєстрацію використовують вже давно. У Великобританії з 2000 року реалізується програма «E-citizen, e-business, e-government». Програма передбачає розвиток і використання всіх електронних видів державних послуг, які можуть надаватися через Інтернет, мобільний зв'язок, цифрове телебачення, центри обслуговування викликів (call-центри). Англіїці можуть отримувати в Інтернеті довідки і документи, подавати скарги і заяви, заповнювати податкові декларації, отримувати реакцію на свої запити в режимі он-лайн.

Право на здійснення підприємницької діяльності суб'єкт набуває лише після акту державної реєстрації такої діяльності, інакше вона є незаконною.

Ознаки фіктивності діяльності суб'єкта господарювання, що дають підстави для звернення до суду про припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичною особою – підприємцем такі:

- зареєстровано (перереєстровано) на недійсні (втрачені, загублені) та підроблені документи;
- не зареєстровано у державних органах;
- зареєстровано у органах державної реєстрації фізичними особами з подальшою передачею (оформленням) у володіння чи управління підставним (неіснуючим), померлим, безвісти зниклим особам або таким особам, що не мали наміру провадити фінансово-господарську діяльність або реалізовувати повноваження;
- зареєстровано та проваджена фінансово-господарська діяльність без відома та згоди його засновників та призначених керівників.

Підприємець може відкривати рахунки у банках, а також укладати договори та інші угоди лише після його державної реєстрації. Угоди, укладені засновниками товариства до дня його реєстрації, визнаються такими, що укладені з товариством, тільки за умови їх подальшого схвалення товариством в порядку, визначеному законом та установчими документами.

Зміни, які сталися в установчих документах підприємства і які вносяться до державного реєстру, підлягають державній реєстрації.

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

Представництва, філії іноземних компаній в Україні підлягають акредитації на території України, при цьому подається документ про підтвердження реєстрації іноземної юридичної особи в країні її місцезнаходження.

Порядок державної реєстрації припинення підприємницької діяльності розглянуто в наступному пункті.

5.6. Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація суб'єкта господарювання. Реструктуризація підприємства

Припинення діяльності суб'єкта господарювання здійснюється шляхом його **реорганізації** (злиття, приєднання, поділу, перетворення) або **ліквідації** (за рішенням власника або суду).

У разі злиття суб'єктів господарювання усі майнові права та обов'язки кожного з них переходять до суб'єкта господарювання, що утворений внаслідок злиття. У разі приєднання одного або кількох суб'єктів господарювання до іншого суб'єкта господарювання до цього остан-

Ознаки фіктивності діяльності суб'єкта господарювання, що дають підстави для звернення до суду про припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичною особою – підприємцем такі:

- зареєстровано (перереєстровано) на недійсні (втрачені, загублені) та підроблені документи;
- не зареєстровано у державних органах;
- зареєстровано у органах державної реєстрації фізичними особами з подальшою передачею (оформленням) у володіння чи управління підставним (неіснуючим), померлим, безвісти зниклим особам або таким особам, що не мали наміру провадити фінансово-господарську діяльність або реалізовувати повноваження;
- зареєстровано та проваджена фінансово-господарська діяльність без відома та згоди його засновників та призначених керівників.

Підприємець може відкривати рахунки у банках, а також укладати договори та інші угоди лише після його державної реєстрації. Угоди, укладені засновниками товариства до дня його реєстрації, визнаються такими, що укладені з товариством, тільки за умови їх подальшого схвалення товариством в порядку, визначеному законом та установчими документами.

Зміни, які сталися в установчих документах підприємства і які вносяться до державного реєстру, підлягають державній реєстрації.

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

Представництва, філії іноземних компаній в Україні підлягають акредитації на території України, при цьому подається документ про підтвердження реєстрації іноземної юридичної особи в країні її місцезнаходження.

Порядок державної реєстрації припинення підприємницької діяльності розглянуто в наступному пункті.

5.6. Припинення підприємницької діяльності. Реорганізація та ліквідація суб'єкта господарювання. Реструктуризація підприємства

Припинення діяльності суб'єкта господарювання здійснюється шляхом його **реорганізації** (злиття, приєднання, поділу, перетворення) або **ліквідації** (за рішенням власника або суду).

У разі злиття суб'єктів господарювання усі майнові права та обов'язки кожного з них переходять до суб'єкта господарювання, що утворений внаслідок злиття. У разі приєднання одного або кількох суб'єктів господарювання до іншого суб'єкта господарювання до цього остан-

нього переходять усі майнові права та обов'язки приєднаних суб'єктів господарювання. У разі поділу суб'єкта господарювання усі його майнові права і обов'язки переходять за роздільним актом (балансом) у відповідних частках до кожного з нових суб'єктів господарювання, що утворені внаслідок цього поділу. У разі виділення одного або кількох нових суб'єктів господарювання до кожного з них переходять за роздільним актом (балансом) у відповідних частках майнові права і обов'язки реорганізованого суб'єкта. У разі перетворення одного суб'єкта господарювання в інший до новоутвореного суб'єкта господарювання переходять усі майнові права і обов'язки попереднього суб'єкта господарювання..

Суб'єкт господарювання **ліквідується:**

- за ініціативою власника (власників) чи уповноважених ним органів, за рішенням інших осіб – засновників суб'єкта господарювання чи їх правонаступників;
- у зв'язку із закінченням строку, на який він створювався, чи у разі досягнення мети, заради якої його було створено;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця;
- у разі визнання його в установленому порядку банкрутом (крім випадків, передбачених законом);
- у разі скасування його державної реєстрації або за рішенням суду (здійснення діяльності, що суперечить закону чи установчим документам, неподання протягом року податкових декларацій, документів фінансової звітності, відсутність за вказаним її місцезнаходженням та ін.).

Прийняття рішення про ліквідацію підприємства – важливий крок для його власника, адже реалізація цього кроку потребує здійснення повного аналізу господарської діяльності підприємства, звільнення всіх працівників та проведення остаточних розрахунків з кредиторами.

Учасники, суд або орган, що прийняв рішення про припинення юридичної або фізичної особи, зобов'язані **протягом трьох робочих днів з дати прийняття рішення письмово повідомити орган, що здійснює державну реєстрацію [16].**

Власники, суд або орган, що прийняв рішення про припинення призначають комісію з припинення суб'єкта господарювання (комісію з реорганізації, ліквідаційну комісію), голову комісії або ліквідатора. Ліквідацію суб'єкта господарювання може бути також покладено на орган управління суб'єкта, що ліквідується. Ліквідаційна комісія вміщує в друкованих органах повідомлення про ліквідацію суб'єкта та про порядок і строки заявлення кредиторами претензій, а явних (відомих) кредиторів повідомляє персонально у письмовій формі. Одночасно ліквідаційна комісія вживає необхідних заходів щодо стягнення дебіторської

нього переходять усі майнові права та обов'язки приєднаних суб'єктів господарювання. У разі поділу суб'єкта господарювання усі його майнові права і обов'язки переходять за роздільним актом (балансом) у відповідних частках до кожного з нових суб'єктів господарювання, що утворені внаслідок цього поділу. У разі виділення одного або кількох нових суб'єктів господарювання до кожного з них переходять за роздільним актом (балансом) у відповідних частках майнові права і обов'язки реорганізованого суб'єкта. У разі перетворення одного суб'єкта господарювання в інший до новоутвореного суб'єкта господарювання переходять усі майнові права і обов'язки попереднього суб'єкта господарювання..

Суб'єкт господарювання **ліквідується:**

- за ініціативою власника (власників) чи уповноважених ним органів, за рішенням інших осіб – засновників суб'єкта господарювання чи їх правонаступників;
- у зв'язку із закінченням строку, на який він створювався, чи у разі досягнення мети, заради якої його було створено;
- у разі закінчення строку дії ліцензії;
- у разі припинення існування підприємця;
- у разі визнання його в установленому порядку банкрутом (крім випадків, передбачених законом);
- у разі скасування його державної реєстрації або за рішенням суду (здійснення діяльності, що суперечить закону чи установчим документам, неподання протягом року податкових декларацій, документів фінансової звітності, відсутність за вказаним її місцезнаходженням та ін.).

Прийняття рішення про ліквідацію підприємства – важливий крок для його власника, адже реалізація цього кроку потребує здійснення повного аналізу господарської діяльності підприємства, звільнення всіх працівників та проведення остаточних розрахунків з кредиторами.

Учасники, суд або орган, що прийняв рішення про припинення юридичної або фізичної особи, зобов'язані **протягом трьох робочих днів з дати прийняття рішення письмово повідомити орган, що здійснює державну реєстрацію [16].**

Власники, суд або орган, що прийняв рішення про припинення призначають комісію з припинення суб'єкта господарювання (комісію з реорганізації, ліквідаційну комісію), голову комісії або ліквідатора. Ліквідацію суб'єкта господарювання може бути також покладено на орган управління суб'єкта, що ліквідується. Ліквідаційна комісія вміщує в друкованих органах повідомлення про ліквідацію суб'єкта та про порядок і строки заявлення кредиторами претензій, а явних (відомих) кредиторів повідомляє персонально у письмовій формі. Одночасно ліквідаційна комісія вживає необхідних заходів щодо стягнення дебіторської

заборгованості суб'єкта господарювання, який ліквідується. Строк заявлення кредитором своїх вимог не може становити менше двох і більше шести місяців з дня опублікування повідомлення про рішення щодо припинення. Кожна окрема вимога кредитора (зокрема щодо сплати податків, зборів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, страхових коштів до Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування) розглядається, після чого приймається відповідне рішення, яке надсилається кредитору не пізніше тридцяти днів з дня отримання юридичною особою, що припиняється, відповідної вимоги кредитора.

Ліквідаційна комісія оцінює наявне майно суб'єкта господарювання, який ліквідується, і розраховується з кредиторами, складає ліквідаційний баланс та подає його власнику або органу, який призначив ліквідаційну комісію. Достовірність та повнота ліквідаційного балансу повинні бути перевірені у встановленому законодавством порядку з обов'язковою перевіркою органом державної податкової служби, у якому перебуває на обліку суб'єкт господарювання.

Претензії кредиторів до суб'єкта господарювання, що ліквідується, задовольняються з майна цього суб'єкта. У разі ліквідації платоспроможного суб'єкта господарювання вимоги його кредиторів задовольняються в порядку черговості, встановленої Цивільним кодексом України. У разі визнання суб'єкта господарювання банкрутом вимоги його кредиторів задовольняються у порядку черговості, встановленої Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». Претензії, що не задоволені через відсутність майна суб'єкта господарювання, претензії, які не визнані ліквідаційною комісією, якщо їх заявники у місячний строк після одержання повідомлення про повне або часткове відхилення претензії не звернуться до суду з відповідним позовом, а також претензії, у задоволенні яких за рішенням суду кредиторів відмовлено, вважаються погашеними. Майно, що залишилося після задоволення претензій кредиторів, використовується за вказівкою власника. У разі ліквідації господарського товариства кошти, що залишилися після розрахунків з кредиторами, розподіляються між учасниками товариства в порядку і на умовах, передбачених законом про господарські товариства та установчими документами товариства, у шестимісячний строк після опублікування інформації про його ліквідацію. Майно, передане товариству його засновниками або учасниками у користування, повертається у натуральній формі без винагороди.

Суб'єкт господарювання вважається ліквідованим з дня **внесення до державного реєстру запису про припинення його діяльності**. Такий запис вноситься лише після затвердження ліквідаційного балансу та подання головою ліквідаційної комісії або уповноваженою ним особою

заборгованості суб'єкта господарювання, який ліквідується. Строк заявлення кредитором своїх вимог не може становити менше двох і більше шести місяців з дня опублікування повідомлення про рішення щодо припинення. Кожна окрема вимога кредитора (зокрема щодо сплати податків, зборів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, страхових коштів до Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування) розглядається, після чого приймається відповідне рішення, яке надсилається кредитору не пізніше тридцяти днів з дня отримання юридичною особою, що припиняється, відповідної вимоги кредитора.

Ліквідаційна комісія оцінює наявне майно суб'єкта господарювання, який ліквідується, і розраховується з кредиторами, складає ліквідаційний баланс та подає його власнику або органу, який призначив ліквідаційну комісію. Достовірність та повнота ліквідаційного балансу повинні бути перевірені у встановленому законодавством порядку з обов'язковою перевіркою органом державної податкової служби, у якому перебуває на обліку суб'єкт господарювання.

Претензії кредиторів до суб'єкта господарювання, що ліквідується, задовольняються з майна цього суб'єкта. У разі ліквідації платоспроможного суб'єкта господарювання вимоги його кредиторів задовольняються в порядку черговості, встановленої Цивільним кодексом України. У разі визнання суб'єкта господарювання банкрутом вимоги його кредиторів задовольняються у порядку черговості, встановленої Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом». Претензії, що не задоволені через відсутність майна суб'єкта господарювання, претензії, які не визнані ліквідаційною комісією, якщо їх заявники у місячний строк після одержання повідомлення про повне або часткове відхилення претензії не звернуться до суду з відповідним позовом, а також претензії, у задоволенні яких за рішенням суду кредиторів відмовлено, вважаються погашеними. Майно, що залишилося після задоволення претензій кредиторів, використовується за вказівкою власника. У разі ліквідації господарського товариства кошти, що залишилися після розрахунків з кредиторами, розподіляються між учасниками товариства в порядку і на умовах, передбачених законом про господарські товариства та установчими документами товариства, у шестимісячний строк після опублікування інформації про його ліквідацію. Майно, передане товариству його засновниками або учасниками у користування, повертається у натуральній формі без винагороди.

Суб'єкт господарювання вважається ліквідованим з дня **внесення до державного реєстру запису про припинення його діяльності**. Такий запис вноситься лише після затвердження ліквідаційного балансу та подання головою ліквідаційної комісії або уповноваженою ним особою

документів (реєстраційна картка, довідка податкової служби, Пенсійного фонду та ін.) для проведення державної реєстрації припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичною особою – підприємцем у порядку, визначеному Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців».

Оголошення про реорганізацію чи ліквідацію господарської організації або припинення підприємницької діяльності фізичної особи – підприємця протягом десяти робочих днів з дня внесення відповідного запису до зазначеного реєстру підлягає опублікуванню у виданні спеціально уповноваженого органу з питань державної реєстрації, в якому зазначаються відомості з єдиного державного реєстру.

Ліквідація суб'єкта підприємницької діяльності в Україні більш тривалий та складний процес ніж його створення. Найбільш складним є отримання довідок податкової служби про відсутність заборгованості. Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення процедур припинення юридичних осіб та підприємницької діяльності фізичних осіб – підприємців за їх рішенням» (від 19.05.2011р.) визначені строки подачі таких довідок. У разі якщо після закінчення процедури припинення, але не раніше закінчення строку заявлення кредиторами своїх вимог органом державної податкової служби або Пенсійного фонду України не надані довідки про відсутність заборгованості із сплати податків, зборів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, страхових коштів до Пенсійного фонду України та фондів соціального страхування або рішення про відмову в їх видачі, голова комісії з припинення або уповноважена ним особа не раніше ніж через десять робочих днів з дня закінчення такого строку набуває право на подання державному реєстраторові документів (за винятком зазначених довідок), для проведення державної реєстрації припинення юридичної особи або діяльності фізичної особи – підприємця за принципом мовчазної згоди. За наявності таких підстав державний реєстратор проводить державну реєстрацію припинення юридичної особи або діяльності фізичної особи-підприємця за принципом мовчазної згоди, про що вносить відповідний запис до Єдиного державного реєстру.

Реструктуризація підприємства – здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зокрема шляхом його поділу, зміни форми власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню, конкурентоспроможності підприємства, підвищенню ефективності виробництва.

Основні завдання реструктуризації підприємства такі:

- забезпечити виживання на певний час;
- відновити конкурентоспроможність на тривалу перспективу.

документів (реєстраційна картка, довідка податкової служби, Пенсійного фонду та ін.) для проведення державної реєстрації припинення юридичної особи або припинення діяльності фізичною особою – підприємцем у порядку, визначеному Законом України «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців».

Оголошення про реорганізацію чи ліквідацію господарської організації або припинення підприємницької діяльності фізичної особи – підприємця протягом десяти робочих днів з дня внесення відповідного запису до зазначеного реєстру підлягає опублікуванню у виданні спеціально уповноваженого органу з питань державної реєстрації, в якому зазначаються відомості з єдиного державного реєстру.

Ліквідація суб'єкта підприємницької діяльності в Україні більш тривалий та складний процес ніж його створення. Найбільш складним є отримання довідок податкової служби про відсутність заборгованості. Законом України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення процедур припинення юридичних осіб та підприємницької діяльності фізичних осіб – підприємців за їх рішенням» (від 19.05.2011р.) визначені строки подачі таких довідок. У разі якщо після закінчення процедури припинення, але не раніше закінчення строку заявлення кредиторами своїх вимог органом державної податкової служби або Пенсійного фонду України не надані довідки про відсутність заборгованості із сплати податків, зборів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, страхових коштів до Пенсійного фонду України та фондів соціального страхування або рішення про відмову в їх видачі, голова комісії з припинення або уповноважена ним особа не раніше ніж через десять робочих днів з дня закінчення такого строку набуває право на подання державному реєстраторові документів (за винятком зазначених довідок), для проведення державної реєстрації припинення юридичної особи або діяльності фізичної особи – підприємця за принципом мовчазної згоди. За наявності таких підстав державний реєстратор проводить державну реєстрацію припинення юридичної особи або діяльності фізичної особи-підприємця за принципом мовчазної згоди, про що вносить відповідний запис до Єдиного державного реєстру.

Реструктуризація підприємства – здійснення організаційно-господарських, фінансово-економічних, правових, технічних заходів, спрямованих на реорганізацію підприємства, зокрема шляхом його поділу, зміни форми власності, управління, організаційно-правової форми, що сприятиме фінансовому оздоровленню, конкурентоспроможності підприємства, підвищенню ефективності виробництва.

Основні завдання реструктуризації підприємства такі:

- забезпечити виживання на певний час;
- відновити конкурентоспроможність на тривалу перспективу.

Відповідно розрізняють **форми** реструктуризації: оперативна, стратегічна [73].

Оперативна реструктуризація підприємства звичайно здійснюється протягом 3–4 місяців і передбачає істотне поліпшення його діяльності, яке досягається проведенням комплексу таких оперативних заходів:

- створенням або виокремленням нових структурних підрозділів;
- зменшенням дебіторської заборгованості;
- зменшенням величини оборотних фондів через виявлення і реалізацію зайвих матеріальних запасів;
- скороченням обсягу основних фондів;
- відмовою від пайової участі в інших підприємствах;
- припиненням вкладення неефективних інвестицій, окрім життєво необхідних для підприємства.

Стратегічна реструктуризація підприємства спрямована на забезпечення тривалої конкурентоспроможності шляхом, перепрофілювання, істотної зміни виробничої та управлінської структури, матеріально-технічної бази, злиття з іншим підприємством тощо.

За напрямками діяльності виділяють **види** реструктуризації: управлінська, технічна, економічна, фінансова, організаційно-правова.

Управлінська реструктуризація пов'язана з підготовкою та перепідготовкою персоналу з орієнтацією на сучасну маркетингову, інноваційну і технічну політику. Технічна реструктуризація орієнтується на забезпечення необхідного рівня виробничого потенціалу, технології «наука». Економічна реструктуризація має забезпечувати необхідний рівень рентабельності діяльності. Це потребує досягнення певного рівня поточних і капітальних витрат, гнучкого ціноутворення та достатнього обсягу продажу. Фінансова реструктуризація означає досягнення суб'єктом господарювання такої структури балансу, коли показники ліквідності та платоспроможності задовольняють вимоги ринку, не існує проблем з погашенням боргових зобов'язань. Організаційно-правова реструктуризація передбачає зміни в організаційній структурі суб'єкта господарювання, зміну власників, організаційно-правової форми.

Оцінка ефективності проектів реструктуризації здійснюється за очікуваними результатами поліпшення соціально-економічного та екологічного стану підприємства.

5.7 Типові помилки при заснуванні власної справи

Досвід формування підприємницької діяльності показує, що найбільша проблема для підприємців – дефіцит фінансових ресурсів для організації власної справи. Важливими перешкодами є також відсутність приміщень і устаткування, нестача кваліфікованого персоналу, трудно-

Відповідно розрізняють **форми** реструктуризації: оперативна, стратегічна [73].

Оперативна реструктуризація підприємства звичайно здійснюється протягом 3–4 місяців і передбачає істотне поліпшення його діяльності, яке досягається проведенням комплексу таких оперативних заходів:

- створенням або виокремленням нових структурних підрозділів;
- зменшенням дебіторської заборгованості;
- зменшенням величини оборотних фондів через виявлення і реалізацію зайвих матеріальних запасів;
- скороченням обсягу основних фондів;
- відмовою від пайової участі в інших підприємствах;
- припиненням вкладення неефективних інвестицій, окрім життєво необхідних для підприємства.

Стратегічна реструктуризація підприємства спрямована на забезпечення тривалої конкурентоспроможності шляхом, перепрофілювання, істотної зміни виробничої та управлінської структури, матеріально-технічної бази, злиття з іншим підприємством тощо.

За напрямками діяльності виділяють **види** реструктуризації: управлінська, технічна, економічна, фінансова, організаційно-правова.

Управлінська реструктуризація пов'язана з підготовкою та перепідготовкою персоналу з орієнтацією на сучасну маркетингову, інноваційну і технічну політику. Технічна реструктуризація орієнтується на забезпечення необхідного рівня виробничого потенціалу, технології «наука». Економічна реструктуризація має забезпечувати необхідний рівень рентабельності діяльності. Це потребує досягнення певного рівня поточних і капітальних витрат, гнучкого ціноутворення та достатнього обсягу продажу. Фінансова реструктуризація означає досягнення суб'єктом господарювання такої структури балансу, коли показники ліквідності та платоспроможності задовольняють вимоги ринку, не існує проблем з погашенням боргових зобов'язань. Організаційно-правова реструктуризація передбачає зміни в організаційній структурі суб'єкта господарювання, зміну власників, організаційно-правової форми.

Оцінка ефективності проектів реструктуризації здійснюється за очікуваними результатами поліпшення соціально-економічного та екологічного стану підприємства.

5.7 Типові помилки при заснуванні власної справи

Досвід формування підприємницької діяльності показує, що найбільша проблема для підприємців – дефіцит фінансових ресурсів для організації власної справи. Важливими перешкодами є також відсутність приміщень і устаткування, нестача кваліфікованого персоналу, трудно-

щі з придбанням необхідних сировини і матеріалів, недостатня власна кваліфікація, труднощі в доступі до інформації. Поряд з цим всі підприємці-початківці здійснюють ще й власні помилки. Кожен невірний крок підприємця може на початку занапастити всю справу.

Успіх та невдача ідуть поруч у бізнесі. В більшості випадків на Заході рішення про закриття підприємств приймаються самими власниками. Підприємець засновує фірму і якщо вона не виправдовує його очікувань, він її закриває, але часто тут же відкриває наступну. Як правило, друге підприємство стає таким, що досягає успіху, оскільки він вже не повторює своїх колишніх помилок. Багатьох помилок, яких припускаються підприємці на початковій стадії, можна уникнути. Один із способів – це поговорити з власниками існуючих підприємств про їхній досвід становлення бізнесу.

З одного боку, великі вчать – хай кожен пройде свій шлях, з іншого боку – більшість помилок стартового періоду типові. Тому варто попереджати можливі помилки на шляху відкриття власної справи. Нижче наведені найбільш розповсюджені помилки, які допускають підприємці-початківці [67, 123].

1. Відсутність ідеї та чітких бізнес-цілей. Засновник не має чіткого уявлення про те, що саме він хоче, розпилюється. Не важливо, наскільки великий бізнес, підприємець повинний присвячувати йому весь свій час. Як наслідок, при реєстрації бізнесу заявник нечітко або неправильно визначає вид (або декілька видів) діяльності, яким збирається займатися, а то і забуває якийсь вказати. Перед початком реєстрації необхідно з'ясувати, як спеціалізація бізнесу сформульована в класифікаторі видів економічної діяльності (КВЕД).

2. Відсутність бізнес плану, або нереалістичний бізнес-план. Ця помилка витікає з попередньої. Планування необхідне для досягнення кінцевої мети, яку засновник поставив перед своїм бізнесом. Плануючи майбутнє свого підприємства, засновник зможе побачити його потреби і передбачити необхідну стратегію, яка б гарантувала наявність необхідних ресурсів на випадок виникнення таких потреб.

3. Занадто швидке оформлення бізнесу. Першим кроком для майбутніх підприємців стає оформлення ділових документів у державних установах. Хоча цей процес є невід'ємною частиною заснування бізнесу, все-таки варто почекати, поки буде чітко сформульована головна ідея. Інакше концепція бізнесу, а таким чином і назва компанії, може змінитися протягом перших місяців роботи, що потягне за собою необхідність перереєстрації та переоформлення ліцензії.

4. Недостатнє знання ринку. Часто підприємці недооцінюють такий елемент початку бізнесу, як визначення рівня купівельної спроможності щодо їхніх товарів чи послуг на цільовому ринку. Ще до створення справи майбутньому підприємцю слід досконально дослідити конкрет-

щі з придбанням необхідних сировини і матеріалів, недостатня власна кваліфікація, труднощі в доступі до інформації. Поряд з цим всі підприємці-початківці здійснюють ще й власні помилки. Кожен невірний крок підприємця може на початку занапастити всю справу.

Успіх та невдача ідуть поруч у бізнесі. В більшості випадків на Заході рішення про закриття підприємств приймаються самими власниками. Підприємець засновує фірму і якщо вона не виправдовує його очікувань, він її закриває, але часто тут же відкриває наступну. Як правило, друге підприємство стає таким, що досягає успіху, оскільки він вже не повторює своїх колишніх помилок. Багатьох помилок, яких припускаються підприємці на початковій стадії, можна уникнути. Один із способів – це поговорити з власниками існуючих підприємств про їхній досвід становлення бізнесу.

З одного боку, великі вчать – хай кожен пройде свій шлях, з іншого боку – більшість помилок стартового періоду типові. Тому варто попереджати можливі помилки на шляху відкриття власної справи. Нижче наведені найбільш розповсюджені помилки, які допускають підприємці-початківці [67, 123].

1. Відсутність ідеї та чітких бізнес-цілей. Засновник не має чіткого уявлення про те, що саме він хоче, розпилюється. Не важливо, наскільки великий бізнес, підприємець повинний присвячувати йому весь свій час. Як наслідок, при реєстрації бізнесу заявник нечітко або неправильно визначає вид (або декілька видів) діяльності, яким збирається займатися, а то і забуває якийсь вказати. Перед початком реєстрації необхідно з'ясувати, як спеціалізація бізнесу сформульована в класифікаторі видів економічної діяльності (КВЕД).

2. Відсутність бізнес плану, або нереалістичний бізнес-план. Ця помилка витікає з попередньої. Планування необхідне для досягнення кінцевої мети, яку засновник поставив перед своїм бізнесом. Плануючи майбутнє свого підприємства, засновник зможе побачити його потреби і передбачити необхідну стратегію, яка б гарантувала наявність необхідних ресурсів на випадок виникнення таких потреб.

3. Занадто швидке оформлення бізнесу. Першим кроком для майбутніх підприємців стає оформлення ділових документів у державних установах. Хоча цей процес є невід'ємною частиною заснування бізнесу, все-таки варто почекати, поки буде чітко сформульована головна ідея. Інакше концепція бізнесу, а таким чином і назва компанії, може змінитися протягом перших місяців роботи, що потягне за собою необхідність перереєстрації та переоформлення ліцензії.

4. Недостатнє знання ринку. Часто підприємці недооцінюють такий елемент початку бізнесу, як визначення рівня купівельної спроможності щодо їхніх товарів чи послуг на цільовому ринку. Ще до створення справи майбутньому підприємцю слід досконально дослідити конкрет-

ний ринок, на якому він буде працювати. Бажано провести випробування ринку, яке дасть уявлення про відношення потенційних споживачів до майбутньої продукції. Кращим способом отримання відповідь на це питання є опитування самих покупців, налагодження контакту із якомога більшою кількістю потенційних клієнтів. Їм необхідно поставити такі запитання: Де ви останнім часом купуєте цей товар чи послугу? Чи купите ви мій товар або послугу? Скільки ви були б готові заплатити за них? Що вам подобається чи не подобається у вашому постачальнику? Де ви шукатимете цей товар чи послугу, коли вони вам знадобляться? Одним з основних чинників, що дозволяють уникнути краху, є попередній досвід. Якщо ж у власника підприємства досвіду немає, то його шанси потерпіти невдачу зростають. За відсутності досвіду доведеться проводити інтенсивніші дослідження по вивченню ринку.

5. Нестача власних коштів. При підготовці бізнес-плану важко скласти точний прогноз всіх витрат, з якими пов'язано відкриття бізнесу. Деякі фірми терплять крах тільки тому, що їх засновники знайшли достатньо засобів лише для того, щоб відкритися, не розуміючи, що малим підприємствам часто потрібна додаткова фінансова підтримка на етапі становлення.

6. Неправильне використання грошей фірми. Деякі підприємства терплять крах, тому що їх власники не контролюють витрату коштів. Накладні витрати слід контролювати і перевіряти їх абсолютну необхідність і доцільність. Належить також вести суворий облік матеріальних і товарних запасів. Для своєчасного отримання грошей варто детально фіксувати на папері всі відносини із замовниками та партнерами.

До перевитрачання коштів призводить й посилене використання послуг юриста. Погодинні гонорари за роботу юриста набігають дуже швидко, і підприємців-початківців часто шокують рахунки, які їм надходять. Підприємець-початківець бажає втягти юриста в усі аспекти бізнесу для консультацій та оформлення документів. Багато підприємців швидко розуміють, що вигідніше проводити власні дослідження, самому оформлювати документи і запросити юриста лише з метою удосконалення своєї роботи.

Нерідко засновники здійснюють занадто великі фінансові витрати на оргтехніку й опорядження офісу. Гарна оргтехніка надає змогу підприємцям відчувати, що їхня мрія про підприємництво здійснюється. Багато підприємців, відкривши власний бізнес, починають придбавати на гроші підприємства дорогі машини й інші предмети розкоші, які не потрібні для повсякденної роботи. Хоч опорядження, офісу, яким можна пишатися, і є одним із приємних моментів початку бізнесу, перевитрата коштів на цю справу не раз призводила до банкрутства багатьох компаній ще до початку їхнього

ний ринок, на якому він буде працювати. Бажано провести випробування ринку, яке дасть уявлення про відношення потенційних споживачів до майбутньої продукції. Кращим способом отримання відповідь на це питання є опитування самих покупців, налагодження контакту із якомога більшою кількістю потенційних клієнтів. Їм необхідно поставити такі запитання: Де ви останнім часом купуєте цей товар чи послугу? Чи купите ви мій товар або послугу? Скільки ви були б готові заплатити за них? Що вам подобається чи не подобається у вашому постачальнику? Де ви шукатимете цей товар чи послугу, коли вони вам знадобляться? Одним з основних чинників, що дозволяють уникнути краху, є попередній досвід. Якщо ж у власника підприємства досвіду немає, то його шанси потерпіти невдачу зростають. За відсутності досвіду доведеться проводити інтенсивніші дослідження по вивченню ринку.

5. Нестача власних коштів. При підготовці бізнес-плану важко скласти точний прогноз всіх витрат, з якими пов'язано відкриття бізнесу. Деякі фірми терплять крах тільки тому, що їх засновники знайшли достатньо засобів лише для того, щоб відкритися, не розуміючи, що малим підприємствам часто потрібна додаткова фінансова підтримка на етапі становлення.

6. Неправильне використання грошей фірми. Деякі підприємства терплять крах, тому що їх власники не контролюють витрату коштів. Накладні витрати слід контролювати і перевіряти їх абсолютну необхідність і доцільність. Належить також вести суворий облік матеріальних і товарних запасів. Для своєчасного отримання грошей варто детально фіксувати на папері всі відносини із замовниками та партнерами.

До перевитрачання коштів призводить й посилене використання послуг юриста. Погодинні гонорари за роботу юриста набігають дуже швидко, і підприємців-початківців часто шокують рахунки, які їм надходять. Підприємець-початківець бажає втягти юриста в усі аспекти бізнесу для консультацій та оформлення документів. Багато підприємців швидко розуміють, що вигідніше проводити власні дослідження, самому оформлювати документи і запросити юриста лише з метою удосконалення своєї роботи.

Нерідко засновники здійснюють занадто великі фінансові витрати на оргтехніку й опорядження офісу. Гарна оргтехніка надає змогу підприємцям відчувати, що їхня мрія про підприємництво здійснюється. Багато підприємців, відкривши власний бізнес, починають придбавати на гроші підприємства дорогі машини й інші предмети розкоші, які не потрібні для повсякденної роботи. Хоч опорядження, офісу, яким можна пишатися, і є одним із приємних моментів початку бізнесу, перевитрата коштів на цю справу не раз призводила до банкрутства багатьох компаній ще до початку їхнього

функціонування. Ті, що досягли успіху, вклали свої кошти в устаткування і в навчання персоналу.

7. Кадрові проблеми. Не слід жаліти часу на вирішення кадрових питань. Ваші товари або послуги можуть бути найкращими, але вас можуть підвести ваші ж працівники. Прогули, розкрадання і брак в роботі нерідкі на підприємствах, де роботі з кадрами не приділяється належної уваги.

Власник підприємства повинен забезпечити належний набір і навчання персоналу, який зможе виконувати покладені на нього функції за наявності необхідних ресурсів. Л. Хіберт в своїх порадах бажаним почати свою справу зазначає [154]: перш ніж відкривати бізнес, вам треба переконатися у здатності керувати людьми. Пам'ятайте, що можливо вам доведеться вимагати від них працювати по 80 годин в тиждень за 40-годинну оплату. Вони ж вважатимуть за краще за такі гроші працювати всього 20 годин. Довіряйте, але перевіряйте – ви ніколи не знатимете, хто може вас підставити. Не важливо звідки прийдуть співробітники, перевіряйте кожного якомога серйозніше. Якщо когось рекомендували друзі – це не означає, що він хороший кандидат. Я здійснював цю помилку багато раз, наймаючи розробників, дизайнерів і менеджів продажів по рекомендаціях. Якщо хтось добре проявив себе на минулій роботі, це зовсім не означає, що ця людина добре працюватиме на вас. Якщо ви недостатньо суворі з вашими підлеглими, через певний час вони почнуть працювати менш якісно. Бажано враховувати час приходу та уходу з роботи. У відносинах з працівниками слід тримати розумну дистанцію. Не можна допускати братання точно також як не можна ставати зарозумілим паном.

8. Нераціональне використання часу. Засновник прагне, щоб у його бізнесі все було ідеально. У реальності проблеми будуть завжди, та ідеалу досягти практично неможливо. Час не на вашому боці. Отже замість того, щоб досягати недосяжного – просто запустите свій проект до того, як вас випередять конкуренти. Краще відмовитись від зайвого і зробити мало, але своєчасно та дуже якісно.

Важливою проблемою є координація часу. Відкриття нового підприємства припускає використання різних оцінних даних про тривалість деяких етапів розвитку бізнесу, таких, як створення розвиненої мережі клієнтури або обізнаності про продукцію фірми за допомогою перед-продажних рекламних заходів. Неможливо заздалегідь знати, скільки часу на це буде потрібно, тому слід планувати з певним допуском. Якщо ви виходите на ринок з новим товаром або послугою, конкурентоспроможність яких постраждала через непередбачені затримки, ви можете зіпсувати їх репутацію і навіть підписати їм смертний вирок. У бізнес-план слід закласти реалістичні терміни, так само як і запасні варіанти на випадок непередбачених затримок і ускладнень.

функціонування. Ті, що досягли успіху, вклали свої кошти в устаткування і в навчання персоналу.

7. Кадрові проблеми. Не слід жаліти часу на вирішення кадрових питань. Ваші товари або послуги можуть бути найкращими, але вас можуть підвести ваші ж працівники. Прогули, розкрадання і брак в роботі нерідкі на підприємствах, де роботі з кадрами не приділяється належної уваги.

Власник підприємства повинен забезпечити належний набір і навчання персоналу, який зможе виконувати покладені на нього функції за наявності необхідних ресурсів. Л. Хіберт в своїх порадах бажаним почати свою справу зазначає [154]: перш ніж відкривати бізнес, вам треба переконатися у здатності керувати людьми. Пам'ятайте, що можливо вам доведеться вимагати від них працювати по 80 годин в тиждень за 40-годинну оплату. Вони ж вважатимуть за краще за такі гроші працювати всього 20 годин. Довіряйте, але перевіряйте – ви ніколи не знатимете, хто може вас підставити. Не важливо звідки прийдуть співробітники, перевіряйте кожного якомога серйозніше. Якщо когось рекомендували друзі – це не означає, що він хороший кандидат. Я здійснював цю помилку багато раз, наймаючи розробників, дизайнерів і менеджерів продажів по рекомендаціях. Якщо хтось добре проявив себе на минулій роботі, це зовсім не означає, що ця людина добре працюватиме на вас. Якщо ви недостатньо суворі з вашими підлеглими, через певний час вони почнуть працювати менш якісно. Бажано враховувати час приходу та уходу з роботи. У відносинах з працівниками слід тримати розумну дистанцію. Не можна допускати братання точно також як не можна ставати зарозумілим паном.

8. Нераціональне використання часу. Засновник прагне, щоб у його бізнесі все було ідеально. У реальності проблеми будуть завжди, та ідеалу досягти практично неможливо. Час не на вашому боці. Отже замість того, щоб досягати недосяжного – просто запустите свій проект до того, як вас випередять конкуренти. Краще відмовитись від зайвого і зробити мало, але своєчасно та дуже якісно.

Важливою проблемою є координація часу. Відкриття нового підприємства припускає використання різних оцінних даних про тривалість деяких етапів розвитку бізнесу, таких, як створення розвиненої мережі клієнтури або обізнаності про продукцію фірми за допомогою перед-продажних рекламних заходів. Неможливо заздалегідь знати, скільки часу на це буде потрібно, тому слід планувати з певним допуском. Якщо ви виходите на ринок з новим товаром або послугою, конкурентоспроможність яких постраждала через непередбачені затримки, ви можете зіпсувати їх репутацію і навіть підписати їм смертний вирок. У бізнес-план слід закласти реалістичні терміни, так само як і запасні варіанти на випадок непередбачених затримок і ускладнень.

Практики відмічають ще такі типові помилки при заснуванні бізнесу: неправильний вибір організаційно-правової форми бізнесу, неправильне розташування підприємства, неправильний збір та використання інформації, зайва самовпевненість, не звернення до послуг професіоналів тощо.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Розкрийте зміст підготовчої, установчої та організаційної стадій створення власної справи
2. Наведіть склад витрат на заснування власної справи
3. З яких елементів складається підприємницький капітал?
4. Які методичні підходи застосовуються для проведення оцінки майна?
5. Назвіть джерела формування початкового капіталу
6. Які існують правила розробки назви підприємства?
7. Які є типи торговельних марок? Наведіть приклади
8. Розкрийте зміст установчих документів
9. Охарактеризуйте порядок проведення державної реєстрації
10. В яких випадках ліквідується суб'єкт господарювання?
11. Які є форми та види реструктуризації підприємства?
12. Назвіть характерні помилки при заснуванні власної справи

Практики відмічають ще такі типові помилки при заснуванні бізнесу: неправильний вибір організаційно-правової форми бізнесу, неправильне розташування підприємства, неправильний збір та використання інформації, зайва самовпевненість, не звернення до послуг професіоналів тощо.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Розкрийте зміст підготовчої, установчої та організаційної стадій створення власної справи
2. Наведіть склад витрат на заснування власної справи
3. З яких елементів складається підприємницький капітал?
4. Які методичні підходи застосовуються для проведення оцінки майна?
5. Назвіть джерела формування початкового капіталу
6. Які існують правила розробки назви підприємства?
7. Які є типи торговельних марок? Наведіть приклади
8. Розкрийте зміст установчих документів
9. Охарактеризуйте порядок проведення державної реєстрації
10. В яких випадках ліквідується суб'єкт господарювання?
11. Які є форми та види реструктуризації підприємства?
12. Назвіть характерні помилки при заснуванні власної справи

МЕНЕДЖМЕНТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

- 6.1 Сутність менеджменту. Система підприємницького управління
- 6.2 Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності
- 6.3 Організація маркетингу
- 6.4 Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування
- 6.5 Зовнішньоекономічна діяльність
- 6.6 Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства

6.1 Сутність менеджменту. Система підприємницького управління

Підприємницький успіх залежить не лише від економічних можливостей фірми чи обсягу виконаних операцій, а й від мистецтва згуртування всього колективу підприємства для досягнення поставлених цілей, від уміння організувати реалізацію товарів, ефективного управління фінансами, виробничими потужностями. Забезпечити це покликаний особливий вид діяльності, котрий називається **менеджментом**. У сучасній економіці поняття «менеджмент» широко вживається поряд із поняттям «управління». Менеджмент здійснюється через послідовне виконання управлінських рішень керівника-менеджера [102].

Організація менеджменту підприємства залежить від форми організації господарської діяльності, розмірів фірми, особливостей сфери бізнесу. Наприклад, якщо в малих і в частині середніх підприємств управління здебільшого здійснює власник, то в корпораціях це робить менеджер-професіонал.

Особливостями підприємницького управління є короткочасність і неповторюваність управлінських рішень. Постійні зміни ринкового середовища, структурні зрушення у попиту викликають необхідність відповідних дій у менеджменті.

Для забезпечення дієздатності системи управління потрібно вибрати відповідно до масштабів та специфіки діяльності фірми організаційну структуру управління. Саме вона зумовлює узгодженість дій управлінців, визначає їх права та обов'язки, відповідальність за прийняті рішення. Організація структури управління має суттєві відмінності у кожній

МЕНЕДЖМЕНТ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

- 6.1 Сутність менеджменту. Система підприємницького управління
- 6.2 Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності
- 6.3 Організація маркетингу
- 6.4 Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування
- 6.5 Зовнішньоекономічна діяльність
- 6.6 Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства

6.1 Сутність менеджменту. Система підприємницького управління

Підприємницький успіх залежить не лише від економічних можливостей фірми чи обсягу виконаних операцій, а й від мистецтва згуртування всього колективу підприємства для досягнення поставлених цілей, від уміння організувати реалізацію товарів, ефективного управління фінансами, виробничими потужностями. Забезпечити це покликаний особливий вид діяльності, котрий називається **менеджментом**. У сучасній економіці поняття «менеджмент» широко вживається поряд із поняттям «управління». Менеджмент здійснюється через послідовне виконання управлінських рішень керівника-менеджера [102].

Організація менеджменту підприємства залежить від форми організації господарської діяльності, розмірів фірми, особливостей сфери бізнесу. Наприклад, якщо в малих і в частині середніх підприємств управління здебільшого здійснює власник, то в корпораціях це робить менеджер-професіонал.

Особливостями підприємницького управління є короткочасність і неповторюваність управлінських рішень. Постійні зміни ринкового середовища, структурні зрушення у попиту викликають необхідність відповідних дій у менеджменті.

Для забезпечення дієздатності системи управління потрібно вибрати відповідно до масштабів та специфіки діяльності фірми організаційну структуру управління. Саме вона зумовлює узгодженість дій управлінців, визначає їх права та обов'язки, відповідальність за прийняті рішення. Організація структури управління має суттєві відмінності у кожній

з фірм. Вона може бути побудована за вертикальним або за горизонтальним принципами. В окремих випадках зустрічається одночасне використання обох принципів організації структури управління.

У великих компаніях використовують вертикальний принцип побудови структури організації, який передбачає виділення рівнів управління, на кожному з котрих управлінці мають певні повноваження. Вищий рівень управління вирішує питання стратегічного менеджменту (управління фінансами, вибору ринків збуту, розвитку підприємства). Середній рівень управління вирішує питання поточного управління відповідно до функцій менеджменту. Менеджери нижчого рівня управління безпосередньо контактують з працівниками-виконавцями, вирішують конкретні оперативні питання. Вища керівна ланка може бути представлена генеральним директором, його заступниками. Керівники середньої ланки – це керівники окремих підрозділів, служб, відділів підприємства. До управлінців нижнього рівня відносяться виробничі майстри, бригадири, керівники груп у відділах. Це вузькоспеціалізовані професійні менеджери, котрі виконують чітко регламентовані обов'язки з виробництва, збуту, маркетингу, управління матеріальним постачанням тощо. Така побудова організаційної структури забезпечує чіткість управління, використовує переваги вузької, поглибленої спеціалізації менеджерів. Проте водночас вона ускладнює визначення внеску кожного менеджера в загальний результат підприємництва, його відповідальності за прийняті рішення.

На малих та середніх підприємствах управління менеджери більшою мірою стикаються з проблемами нестабільного зовнішнього середовища, з непередбачуваними результатами діяльності. Тому в малому та середньому бізнесі припускається виконання менеджерами одночасно декількох функцій управління, взаємозамінність окремих керівників. Від підприємницьких здібностей менеджерів, їхнього вміння працювати як одна злагоджена команда залежить ефективність управління. Тому організаційна структура управління в малому та середньому підприємстві формується за горизонтальним принципом. Характерною рисою горизонтальної структури управління є зосередження зусиль усіх без винятку менеджерів на вирішенні конкретної задачі, тому може не існувати суворого розмежування між управлінцями за рівнем їх повноважень та відповідальності. В окремих групах управлінців, які несуть відповідальність за певні напрямки діяльності, особистий успіх визначається вмінням працювати із фахівцями різних профілів. Таким чином, підприємницьке управління має міжфункціональний характер. Завдяки цьому стає можливим досягнення зменшення витрат на управління та підвищення ступеня реагування на вимоги споживачів. Побудова організаційної структури управління в цій групі підприємств також залежить від організаційно-правової форми підприємницької діяльності.

з фірм. Вона може бути побудована за вертикальним або за горизонтальним принципами. В окремих випадках зустрічається одночасне використання обох принципів організації структури управління.

У великих компаніях використовують вертикальний принцип побудови структури організації, який передбачає виділення рівнів управління, на кожному з котрих управлінці мають певні повноваження. Вищий рівень управління вирішує питання стратегічного менеджменту (управління фінансами, вибору ринків збуту, розвитку підприємства). Середній рівень управління вирішує питання поточного управління відповідно до функцій менеджменту. Менеджери нижчого рівня управління безпосередньо контактують з працівниками-виконавцями, вирішують конкретні оперативні питання. Вища керівна ланка може бути представлена генеральним директором, його заступниками. Керівники середньої ланки – це керівники окремих підрозділів, служб, відділів підприємства. До управлінців нижнього рівня відносяться виробничі майстри, бригадири, керівники груп у відділах. Це вузькоспеціалізовані професійні менеджери, котрі виконують чітко регламентовані обов'язки з виробництва, збуту, маркетингу, управління матеріальним постачанням тощо. Така побудова організаційної структури забезпечує чіткість управління, використовує переваги вузької, поглибленої спеціалізації менеджерів. Проте водночас вона ускладнює визначення внеску кожного менеджера в загальний результат підприємництва, його відповідальності за прийняті рішення.

На малих та середніх підприємствах управління менеджери більшою мірою стикаються з проблемами нестабільного зовнішнього середовища, з непередбачуваними результатами діяльності. Тому в малому та середньому бізнесі припускається виконання менеджерами одночасно декількох функцій управління, взаємозамінність окремих керівників. Від підприємницьких здібностей менеджерів, їхнього вміння працювати як одна злагоджена команда залежить ефективність управління. Тому організаційна структура управління в малому та середньому підприємстві формується за горизонтальним принципом. Характерною рисою горизонтальної структури управління є зосередження зусиль усіх без винятку менеджерів на вирішенні конкретної задачі, тому може не існувати суворого розмежування між управлінцями за рівнем їх повноважень та відповідальності. В окремих групах управлінців, які несуть відповідальність за певні напрямки діяльності, особистий успіх визначається вмінням працювати із фахівцями різних профілів. Таким чином, підприємницьке управління має міжфункціональний характер. Завдяки цьому стає можливим досягнення зменшення витрат на управління та підвищення ступеня реагування на вимоги споживачів. Побудова організаційної структури управління в цій групі підприємств також залежить від організаційно-правової форми підприємницької діяльності.

Враховуючи національні особливості, розрізняють три основні моделі менеджменту: американську, західноєвропейську та японську. Визначимо характерні риси кожної з цих моделей:

- американська спрямована на особистий успіх у досягненні результатів підприємницької діяльності, схильна до ризику, практицизму;
- у західноєвропейській цінується вміння використовувати інституційні основи побудови системи управління, присутній індивідуалізм, обмежений певними структурними ланками.
- японська спирається на успіх, що базується на колективних зусиллях, постійних нововведеннях.

Менеджмент у підприємстві має багатоплановий характер, пов'язаний із виконанням окремими менеджерами певних обов'язків з управління. Визначені напрямки зосередження зусиль менеджерів називаються функціями управління. **Функціями** менеджменту виступають **планування, організація, мотивація та контроль** [102].

Планування полягає у розробленні планів та забезпеченні їх реалізації. Воно визначає основні показники розвитку виробництва і способи їх досягнення, а також прийняття рішень, спрямованих на виконання запланованого. Планування роботи зазвичай розраховане на певний період (місяць, сезон, рік), після чого проводять аналіз його ефективності, визначаються переваги і недоліки, які враховуються у подальшому плануванні. Документ фірми, в якому викладено основні напрями подальшої діяльності підприємства, мета і очікувані результати, називається **бізнес-планом**.

Організація – складова частина діяльності менеджера, суть якої полягає в координації дій окремих структурних підрозділів. Організація передбачає також створення чи поліпшення структури підприємства. Практикують створення різних організаційних структур, у яких підрозділи відрізняються варіантами підпорядкування і зв'язків між собою.

Мотивація є процесом формування у людей зацікавленого ставлення до праці та її результатів. Стимули, які може використовувати менеджер, різноманітні: позитивні – поліпшення умов та змістовності праці, подяка, премія, підвищення по службі – або негативні – догана, штраф, зниження робочого статусу.

Суть контролю полягає у перевірці відповідності наявного стану на підприємстві запланованому. Для коригування діяльності підприємства за планом використовується поточний контроль, а при оцінюванні отриманих результатів – підсумковий контроль, на основі якого роблять висновки про ефективність роботи.

На підприємстві створюють певні структури, в яких управлінська діяльність зосереджується за функціональною ознакою, тобто за ознакою виконання однотипних видів діяльності. Розглянуті функції підприєм-

Враховуючи національні особливості, розрізняють три основні моделі менеджменту: американську, західноєвропейську та японську. Визначимо характерні риси кожної з цих моделей:

- американська спрямована на особистий успіх у досягненні результатів підприємницької діяльності, схильна до ризику, практицизму;
- у західноєвропейській цінується вміння використовувати інституційні основи побудови системи управління, присутній індивідуалізм, обмежений певними структурними ланками.
- японська спирається на успіх, що базується на колективних зусиллях, постійних нововведеннях.

Менеджмент у підприємстві має багатоплановий характер, пов'язаний із виконанням окремими менеджерами певних обов'язків з управління. Визначені напрямки зосередження зусиль менеджерів називаються функціями управління. **Функціями** менеджменту виступають **планування, організація, мотивація та контроль** [102].

Планування полягає у розробленні планів та забезпеченні їх реалізації. Воно визначає основні показники розвитку виробництва і способи їх досягнення, а також прийняття рішень, спрямованих на виконання запланованого. Планування роботи зазвичай розраховане на певний період (місяць, сезон, рік), після чого проводять аналіз його ефективності, визначаються переваги і недоліки, які враховуються у подальшому плануванні. Документ фірми, в якому викладено основні напрями подальшої діяльності підприємства, мета і очікувані результати, називається **бізнес-планом**.

Організація – складова частина діяльності менеджера, суть якої полягає в координації дій окремих структурних підрозділів. Організація передбачає також створення чи поліпшення структури підприємства. Практикують створення різних організаційних структур, у яких підрозділи відрізняються варіантами підпорядкування і зв'язків між собою.

Мотивація є процесом формування у людей зацікавленого ставлення до праці та її результатів. Стимули, які може використовувати менеджер, різноманітні: позитивні – поліпшення умов та змістовності праці, подяка, премія, підвищення по службі – або негативні – догана, штраф, зниження робочого статусу.

Суть контролю полягає у перевірці відповідності наявного стану на підприємстві запланованому. Для коригування діяльності підприємства за планом використовується поточний контроль, а при оцінюванні отриманих результатів – підсумковий контроль, на основі якого роблять висновки про ефективність роботи.

На підприємстві створюють певні структури, в яких управлінська діяльність зосереджується за функціональною ознакою, тобто за ознакою виконання однотипних видів діяльності. Розглянуті функції підприєм-

ницького управління пов'язані між собою, взаємодоповнюють одна одну. У своїй взаємодії вони утворюють цілісну систему управління.

Характерною ознакою розвитку менеджменту в сучасних умовах стає посилення демократизації управління, передавання дедалі більшої кількості поточних питань на нижчі рівні управління. Це дає змогу вищому керівництву зосередитися на питаннях стратегічного управління підприємницькою діяльністю.

У підприємницьких структурах України відчувається брак глибоких знань із сучасного менеджменту, слабка соціальна відповідальність за стан справ в окремій фірмі та у суспільстві в цілому.

Мистецтво управління в підприємстві знаходить свій прояв у творчому ставленні до справи, здатності менеджера до аналізу, оцінки, прийняття ефективних рішень. Слід звернути увагу на відмінність між менеджером і підприємцем. Якщо підприємець бере на себе ризик, пов'язаний з організацією нової справи або розробкою нової ідеї, то менеджер передусім вирішує, чи буде досягнуто запланований результат, який шлях є найбільш оптимальним для реалізації підприємницької ідеї.

Діяльність менеджера має два **основних рівні** – стратегічний і оперативний.

На стратегічному рівні визначаються мета і завдання організації менеджменту на тривалий період, засоби й методи досягнення поставленої мети, плануються основні напрями діяльності підприємства, визначаються види продукції, яка буде випускатись, та ринки, на яких вона продаватиметься. На оперативному рівні з'ясовуються дії працівників протягом конкретного періоду.

Менеджер повинен мати певні **якості**, які дають йому змогу спрямовувати діяльність колективу на досягнення мети з максимальною ефективністю [166]:

- вміння реалізувати індивідуальний підхід до працівників;
- комунікабельність, здатність переконувати, шукати компроміси, згладжувати суперечності;
- уміння всебічно аналізувати інформацію, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки;
- вимогливість;
- здатність до виваженого ризику.

Конкретною формою виконання менеджером своїх функцій є прийняття управлінських рішень. Етапи прийняття управлінського рішення можна згрупувати у три основні стадії: розробка рішення, його прийняття та реалізація.

Перша стадія включає збирання достовірної інформації, виявлення проблеми та її наслідків, визначення окремих варіантів розв'язання проблеми, їх оцінку їх. На другій стадії визначається та ухвалюється найкращий варіант рішення. На стадії реалізації рішення визначаються

ницького управління пов'язані між собою, взаємодоповнюють одна одну. У своїй взаємодії вони утворюють цілісну систему управління.

Характерною ознакою розвитку менеджменту в сучасних умовах стає посилення демократизації управління, передавання дедалі більшої кількості поточних питань на нижчі рівні управління. Це дає змогу вищому керівництву зосередитися на питаннях стратегічного управління підприємницькою діяльністю.

У підприємницьких структурах України відчувається брак глибоких знань із сучасного менеджменту, слабка соціальна відповідальність за стан справ в окремій фірмі та у суспільстві в цілому.

Мистецтво управління в підприємстві знаходить свій прояв у творчому ставленні до справи, здатності менеджера до аналізу, оцінки, прийняття ефективних рішень. Слід звернути увагу на відмінність між менеджером і підприємцем. Якщо підприємець бере на себе ризик, пов'язаний з організацією нової справи або розробкою нової ідеї, то менеджер передусім вирішує, чи буде досягнуто запланований результат, який шлях є найбільш оптимальним для реалізації підприємницької ідеї.

Діяльність менеджера має два **основних рівні** – стратегічний і оперативний.

На стратегічному рівні визначаються мета і завдання організації менеджменту на тривалий період, засоби й методи досягнення поставленої мети, плануються основні напрями діяльності підприємства, визначаються види продукції, яка буде випускатись, та ринки, на яких вона продаватиметься. На оперативному рівні з'ясовуються дії працівників протягом конкретного періоду.

Менеджер повинен мати певні **якості**, які дають йому змогу спрямовувати діяльність колективу на досягнення мети з максимальною ефективністю [166]:

- вміння реалізувати індивідуальний підхід до працівників;
- комунікабельність, здатність переконувати, шукати компроміси, згладжувати суперечності;
- уміння всебічно аналізувати інформацію, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки;
- вимогливість;
- здатність до виваженого ризику.

Конкретною формою виконання менеджером своїх функцій є прийняття управлінських рішень. Етапи прийняття управлінського рішення можна згрупувати у три основні стадії: розробка рішення, його прийняття та реалізація.

Перша стадія включає збирання достовірної інформації, виявлення проблеми та її наслідків, визначення окремих варіантів розв'язання проблеми, їх оцінку їх. На другій стадії визначається та ухвалюється найкращий варіант рішення. На стадії реалізації рішення визначаються

виконавці, строки виконання, методи та засоби реалізації рішення, проводиться контроль результатів та при необхідності коригування рішення. Прийняття управлінських рішень повинне ґрунтуватися на знанні економічних законів, чинного законодавства, психології людини тощо.

6.2 Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності

Стратегічне управління охоплює питання довгострокового планування, чітке визначення цілей розвитку, способів досягнення поставлених завдань, методи адаптації підприємства до змін на ринку.

Цикл підприємницької діяльності в загальному випадку включає такі етапи: аналіз ситуації; визначення цілей; розробку стратегії; реалізацію цілей (організація поточної діяльності підприємства); контроль і коригування діяльності [114].

На етапі аналізу ситуації підприємець аналізує зовнішнє підприємницьке середовище і внутрішні умови підприємства, тобто макро- і мікросередовище. На макrorівні аналізується географічне, демографічне, економічне, політичне, правове, технологічне, екологічне, соціально-культурне, міжнародне та інші елементи зовнішнього середовища. Характерними рисами макросередовища діяльності вітчизняних підприємств є невизначеність зовнішніх факторів: зміни економічної системи, недосконалість законодавства, нерозвинутість ринку капіталів, зміна настроїв суспільства. Усе це ускладнює аналіз та прогнозування ситуації.

На мікрорівні аналізується інституціональне середовище та внутрішній потенціал підприємства, визначається рівень виконання функцій підприємництва. Низький потенціал значної частини вітчизняних підприємств спричинений недосконалими технологіями; низькою технічною забезпеченістю; зношеністю устаткування; низькою якістю сировини; недостатнім рівнем кваліфікації персоналу; недосконалою організацією постачання та збуту, фінансової роботи; недостатньою якістю послуг зв'язку, банків, посередників.

Відповідно до особливостей зовнішнього середовища, тенденцій його зміни та внутрішніх можливостей підприємства визначаються цілі і стратегія підприємництва.

Підприємство має генеральну (головну) мету, тобто причину його існування (місію), і безпосередні (локальні) цілі, які досягаються на різних етапах діяльності.

Традиційні погляди на діяльність комерційного підприємства базуються на тому, що його головною метою є отримання максимального прибутку. Але відомі у світі бізнесмени стверджують, що місією їх фірми

виконавці, строки виконання, методи та засоби реалізації рішення, проводиться контроль результатів та при необхідності коригування рішення. Прийняття управлінських рішень повинне ґрунтуватися на знанні економічних законів, чинного законодавства, психології людини тощо.

6.2 Розробка стратегії та бізнес-планування підприємницької діяльності

Стратегічне управління охоплює питання довгострокового планування, чітке визначення цілей розвитку, способів досягнення поставлених завдань, методи адаптації підприємства до змін на ринку.

Цикл підприємницької діяльності в загальному випадку включає такі етапи: аналіз ситуації; визначення цілей; розробку стратегії; реалізацію цілей (організація поточної діяльності підприємства); контроль і коригування діяльності [114].

На етапі аналізу ситуації підприємець аналізує зовнішнє підприємницьке середовище і внутрішні умови підприємства, тобто макро- і мікросередовище. На макrorівні аналізується географічне, демографічне, економічне, політичне, правове, технологічне, екологічне, соціально-культурне, міжнародне та інші елементи зовнішнього середовища. Характерними рисами макросередовища діяльності вітчизняних підприємств є невизначеність зовнішніх факторів: зміни економічної системи, недосконалість законодавства, нерозвинутість ринку капіталів, зміна настроїв суспільства. Усе це ускладнює аналіз та прогнозування ситуації.

На мікрорівні аналізується інституціональне середовище та внутрішній потенціал підприємства, визначається рівень виконання функцій підприємництва. Низький потенціал значної частини вітчизняних підприємств спричинений недосконалими технологіями; низькою технічною забезпеченістю; зношеністю устаткування; низькою якістю сировини; недостатнім рівнем кваліфікації персоналу; недосконалою організацією постачання та збуту, фінансової роботи; недостатньою якістю послуг зв'язку, банків, посередників.

Відповідно до особливостей зовнішнього середовища, тенденцій його зміни та внутрішніх можливостей підприємства визначаються цілі і стратегія підприємництва.

Підприємство має генеральну (головну) мету, тобто причину його існування (місію), і безпосередні (локальні) цілі, які досягаються на різних етапах діяльності.

Традиційні погляди на діяльність комерційного підприємства базуються на тому, що його головною метою є отримання максимального прибутку. Але відомі у світі бізнесмени стверджують, що місією їх фірми

є служіння суспільству, утворення кращого світу та ін. Чи дійсно це так? Справді, від діяльності підприємців суспільство отримує певні вигоди:

- збільшення національного багатства;
- надходження у вигляді податків;
- збільшення зайнятості населення та його доходів у формі заробітної плати;
- збільшення кількості товарів, поліпшення їх якості та зниження цін внаслідок конкуренції;
- благодійна діяльність.

Співіснування підприємця і суспільства є взаємовигідним: підприємець використовує суспільство для одержання прибутку, суспільство забезпечує підприємцю одержання прибутку і штовхає його на шлях служіння своїм інтересам. Якщо діяльність підприємця не відповідає інтересам суспільства, його потребам (наприклад, за якістю чи ціною товару), воно вживає відповідних заходів: економічних (зниження попиту), адміністративних згідно із антимонопольним законодавством, законодавством щодо захисту прав споживачів.

Отже, місією підприємства можна вважати виробництво продукції (послуг) для задоволення потреб суспільства та одержання завдяки цьому прибутку.

Безпосередні цілі, які досягаються на різних етапах діяльності підприємця, можуть бути наступними:

- одержання задовільного (чи максимального) прибутку у коротко- або довгостроковому періоді. Для кількісного виразу цієї мети може використовуватись абсолютний (у гривнях) або відносний (у процентах) показник, наприклад, одержувати не менш 20% прибутку на вкладений капітал за рік. Однак, обираючи метою досягнення максимального прибутку у короткостроковому періоді, підприємець відмовляється від фінансування наукових досліджень, впровадження нової продукції і в результаті в довгостроковій перспективі його прибутки будуть меншими через відставання від конкурентів;
- досягнення або збереження передових позицій на ринку. Кількісний показником є частка вітчизняного або зарубіжного ринку, яка повинна контролюватись даним підприємством, наприклад, охоплення 40% вітчизняного ринку певного товару;
- зменшення ризику (шляхом утворення резервів, диверсифікації, продажу товару на різних ринках та ін.);
- наукові дослідження та впровадження інновацій;
- покращення взаємовідносин з персоналом (забезпечення певних доходів і умов працівникам);
- створення позитивного іміджу підприємства у суспільстві тощо.

Одночасно можуть переслідуватись декілька цілей. Одна з них є головною, решта – обмеженнями.

є служіння суспільству, утворення кращого світу та ін. Чи дійсно це так? Справді, від діяльності підприємців суспільство отримує певні вигоди:

- збільшення національного багатства;
- надходження у вигляді податків;
- збільшення зайнятості населення та його доходів у формі заробітної плати;
- збільшення кількості товарів, поліпшення їх якості та зниження цін внаслідок конкуренції;
- благодійна діяльність.

Співіснування підприємця і суспільства є взаємовигідним: підприємець використовує суспільство для одержання прибутку, суспільство забезпечує підприємцю одержання прибутку і штовхає його на шлях служіння своїм інтересам. Якщо діяльність підприємця не відповідає інтересам суспільства, його потребам (наприклад, за якістю чи ціною товару), воно вживає відповідних заходів: економічних (зниження попиту), адміністративних згідно із антимонопольним законодавством, законодавством щодо захисту прав споживачів.

Отже, місією підприємства можна вважати виробництво продукції (послуг) для задоволення потреб суспільства та одержання завдяки цьому прибутку.

Безпосередні цілі, які досягаються на різних етапах діяльності підприємця, можуть бути наступними:

- одержання задовільного (чи максимального) прибутку у коротко- або довгостроковому періоді. Для кількісного виразу цієї мети може використовуватись абсолютний (у гривнях) або відносний (у процентах) показник, наприклад, одержувати не менш 20% прибутку на вкладений капітал за рік. Однак, обираючи метою досягнення максимального прибутку у короткостроковому періоді, підприємець відмовляється від фінансування наукових досліджень, впровадження нової продукції і в результаті в довгостроковій перспективі його прибутки будуть меншими через відставання від конкурентів;
- досягнення або збереження передових позицій на ринку. Кількісний показником є частка вітчизняного або зарубіжного ринку, яка повинна контролюватись даним підприємством, наприклад, охоплення 40% вітчизняного ринку певного товару;
- зменшення ризику (шляхом утворення резервів, диверсифікації, продажу товару на різних ринках та ін.);
- наукові дослідження та впровадження інновацій;
- покращення взаємовідносин з персоналом (забезпечення певних доходів і умов працівникам);
- створення позитивного іміджу підприємства у суспільстві тощо.

Одночасно можуть переслідуватись декілька цілей. Одна з них є головною, решта – обмеженнями.

В залежності від цілей визначається стратегія підприємницької діяльності.

Стратегія – це комплексна програма перспективних дій (заходів), яка забезпечує досягнення поставлених цілей. Існує також інше визначення: економічна стратегія – це система забезпечення конкурентної переваги фірми.

Стратегія як комплекс заходів охоплює стратегію маркетингової діяльності, науково-дослідних робіт, виробництва, фінансову, соціальну, екологічну. Результатом стратегічного планування є довгостроковий плановий документ – бізнес-план. Процес розробки (коригування) стратегії включає:

1. Вибір сфери діяльності підприємства, а саме виду підприємництва (виробниче, торговельне, фінансове або надання послуг), галузі та виду економічної діяльності (наприклад, виготовлення швейних, кондитерських виробів, будівництво, ремонт автомобілів чи готельний бізнес). Вибір здійснюється на основі оцінки фактичної і потенційної діяльності підприємства (наявного устаткування, технології), привабливості даної сфери діяльності (попит, перспективність з урахуванням світових тенденцій, державних планів розвитку, пільги, рівень конкуренції, прибутковність). Для зниження ризику діяльність підприємства може здійснюватись у кількох галузях і видах підприємницької діяльності (вертикальна інтеграція, диверсифікація).

2. Визначення цільових ринків, тобто переліку конкретних виробів і кола споживачів. Відповідно визначаються технологічний розвиток, інвестиційні програми, вимоги до кваліфікації персоналу.

3. Вибір програми дій (стратегії) на цільовому ринку.

Кількість можливих стратегій бізнесу практично не обмежена, проте, більшість стратегій можна згрупувати, за певними ознаками класифікації.

1. Типові стратегії бізнесу, запропоновані М. Портером: стратегія контролю за витратами (лідерства за цінами); стратегія диференціації; стратегія фокусування. Мета кожної із цих стратегій – встановити частку на ринку, яку фірма може захопити та утримувати і яка дозволила б їй діяти з постійно високим рівнем прибутковості [130].

Стратегія контролю за витратами ґрунтується на зменшенні витрат на виробництво продукції. Нижчі витрати на виготовлення продукції забезпечують прийнятний рівень прибутків, навіть за нижчих проти конкурентів цін. До того ж, низькі ціни одночасно слугують бар'єром для появи нових конкурентів. Найбільш поширені засоби реалізації стратегії контролю за витратами: збільшення обсягів виробництва; зменшення накладних витрат; впровадження нового устаткування; використання більш дешевих ресурсів; застосування нових технологій тощо.

Стратегія диференціації – ґрунтується на постачанні на ринок товару із унікальними властивостями. Унікальними властивостями можуть бути: висока якість продукції; розгалужена система філій для надання послуг; принципова новизна продукції; імідж фірми тощо.

В залежності від цілей визначається стратегія підприємницької діяльності.

Стратегія – це комплексна програма перспективних дій (заходів), яка забезпечує досягнення поставлених цілей. Існує також інше визначення: економічна стратегія – це система забезпечення конкурентної переваги фірми.

Стратегія як комплекс заходів охоплює стратегію маркетингової діяльності, науково-дослідних робіт, виробництва, фінансову, соціальну, екологічну. Результатом стратегічного планування є довгостроковий плановий документ – бізнес-план. Процес розробки (коригування) стратегії включає:

1. Вибір сфери діяльності підприємства, а саме виду підприємництва (виробниче, торговельне, фінансове або надання послуг), галузі та виду економічної діяльності (наприклад, виготовлення швейних, кондитерських виробів, будівництво, ремонт автомобілів чи готельний бізнес). Вибір здійснюється на основі оцінки фактичної і потенційної діяльності підприємства (наявного устаткування, технології), привабливості даної сфери діяльності (попит, перспективність з урахуванням світових тенденцій, державних планів розвитку, пільги, рівень конкуренції, прибутковність). Для зниження ризику діяльність підприємства може здійснюватись у кількох галузях і видах підприємницької діяльності (вертикальна інтеграція, диверсифікація).

2. Визначення цільових ринків, тобто переліку конкретних виробів і кола споживачів. Відповідно визначаються технологічний розвиток, інвестиційні програми, вимоги до кваліфікації персоналу.

3. Вибір програми дій (стратегії) на цільовому ринку.

Кількість можливих стратегій бізнесу практично не обмежена, проте, більшість стратегій можна згрупувати, за певними ознаками класифікації.

1. Типові стратегії бізнесу, запропоновані М. Портером: стратегія контролю за витратами (лідерства за цінами); стратегія диференціації; стратегія фокусування. Мета кожної із цих стратегій – встановити частку на ринку, яку фірма може захопити та утримувати і яка дозволила б їй діяти з постійно високим рівнем прибутковості [130].

Стратегія контролю за витратами ґрунтується на зменшенні витрат на виробництво продукції. Нижчі витрати на виготовлення продукції забезпечують прийнятний рівень прибутків, навіть за нижчих проти конкурентів цін. До того ж, низькі ціни одночасно слугують бар'єром для появи нових конкурентів. Найбільш поширені засоби реалізації стратегії контролю за витратами: збільшення обсягів виробництва; зменшення накладних витрат; впровадження нового устаткування; використання більш дешевих ресурсів; застосування нових технологій тощо.

Стратегія диференціації – ґрунтується на постачанні на ринок товару із унікальними властивостями. Унікальними властивостями можуть бути: висока якість продукції; розгалужена система філій для надання послуг; принципова новизна продукції; імідж фірми тощо.

В основу стратегії фокусування покладено ідею про те, що будь-який ринок складається з відносно відокремлених часток або сегментів. Кожний сегмент ринку висуває специфічні вимоги до продукту. Фокусування, або стратегія спеціалізації, передбачає визначення конкурентної переваги і вихід на ринкову позицію через постачання та обслуговування певних особливих, унікальних потреб певної групи покупців, концентрацію на обмеженому географічному просторі ринку або концентрацію на певному специфічному використанні виробу.

2. **Залежно від стану фірми** її керівництво може вибрати одну з наведених нижче стратегій:

- стратегію **виживання** – використовується при кризовому стані підприємства;
- стратегію **стабілізації** – застосовується в умовах нестабільності (коливання) обсягу продажу продукції і отримуваної величини доходів;
- стратегію **подальшого зростання** – як продовження тенденції стабільного зростання обсягів продажу, прибутку, капіталу.

На основі аналітичних оцінок здійснюється вибір конкретно-етапної стратегічної альтернативи, узгодженої з можливостями фірми, особливостями виробництва і реалізації, сегментацією споживчого ринку, господарськими ризиками та з урахуванням сучасної економічної ситуації, стану та тенденції інших складових зовнішнього середовища [128].

Таблиця 6.1 – Можливі стратегічні альтернативи підприємства стосовно базових стратегій

Базова стратегія	Можлива стратегічна альтернатива
Стратегія виживання (захисна)	Зміна стратегії маркетингу, цінової, товарної, інвестиційної політики Жорстка економія ресурсів, закриття збиткових виробництв Удосконалення управління фірмою, кадрові зміни
Стратегія стабілізації (наступально-захисна)	Економія ресурсів, Зменшення питомих витрат Стабілізація обсягу продажу, прибутку Довгострокові науково-технічні і соціально-економічні програми для досягнення міцної ринкової позиції фірми
Стратегія зростання (наступальна)	Подальше охоплення ринку Диверсифікація діяльності Міжфірмова кооперація, придбання інших підприємницьких структур; Модернізація техніко-технологічної бази фірми. Зовнішньоекономічна діяльність

В основу стратегії фокусування покладено ідею про те, що будь-який ринок складається з відносно відокремлених часток або сегментів. Кожний сегмент ринку висуває специфічні вимоги до продукту. Фокусування, або стратегія спеціалізації, передбачає визначення конкурентної переваги і вихід на ринкову позицію через постачання та обслуговування певних особливих, унікальних потреб певної групи покупців, концентрацію на обмеженому географічному просторі ринку або концентрацію на певному специфічному використанні виробу.

2. **Залежно від стану фірми** її керівництво може вибрати одну з наведених нижче стратегій:

- стратегію **виживання** – використовується при кризовому стані підприємства;
- стратегію **стабілізації** – застосовується в умовах нестабільності (коливання) обсягу продажу продукції і отримуваної величини доходів;
- стратегію **подальшого зростання** – як продовження тенденції стабільного зростання обсягів продажу, прибутку, капіталу.

На основі аналітичних оцінок здійснюється вибір конкретно-етапної стратегічної альтернативи, узгодженої з можливостями фірми, особливостями виробництва і реалізації, сегментацією споживчого ринку, господарськими ризиками та з урахуванням сучасної економічної ситуації, стану та тенденції інших складових зовнішнього середовища [128].

Таблиця 6.1 – Можливі стратегічні альтернативи підприємства стосовно базових стратегій

Базова стратегія	Можлива стратегічна альтернатива
Стратегія виживання (захисна)	Зміна стратегії маркетингу, цінової, товарної, інвестиційної політики Жорстка економія ресурсів, закриття збиткових виробництв Удосконалення управління фірмою, кадрові зміни
Стратегія стабілізації (наступально-захисна)	Економія ресурсів, Зменшення питомих витрат Стабілізація обсягу продажу, прибутку Довгострокові науково-технічні і соціально-економічні програми для досягнення міцної ринкової позиції фірми
Стратегія зростання (наступальна)	Подальше охоплення ринку Диверсифікація діяльності Міжфірмова кооперація, придбання інших підприємницьких структур; Модернізація техніко-технологічної бази фірми. Зовнішньоекономічна діяльність

Вибір стратегій виживання або стабілізації є вимушеним за умови катастрофічного занепаду економічної діяльності підприємницької структури чи настання нестабільності (значних коливань) у показниках фактичного продажу продукції та отриманого прибутку. Стратегія виживання має суто захисний характер і передбачає здійснення системи заходів, що забезпечують вихід фірми з кризового стану в максимально короткий термін.

Стратегія стабілізації передбачає передусім вирівнювання найбільш важливих показників ефективності підприємницької діяльності з наступним їх підвищенням. Стабілізація економічної ситуації звичайно здійснюється за умови, коли результативність підприємницької діяльності характеризується значними коливаннями. Специфічні дії дирекції фірми щодо досягнення стабілізації зводяться до такого: якщо коливання показників ефективності бізнесу мають короткостроковий характер, то варто домагатися необхідної збалансованості між обсягами виготовленої продукції і ринку її збуту; за досить тривалого періоду коливань, коли фірма тривалий час не спроможна забезпечити стабільність виробництва і продажу товарів, їй варто розпочати здійснення програми переходу на випуск іншого виду продукції.

Стратегія зростання є привабливою для будь-якої підприємницької структури та треба розглядати як певну сукупність окремих стадій: на початковій виявляють і ліквідують вузькі місця у процесах реалізації конкретних проектів, потім відбувається подальше проникнення фірми на товарний ринок, диверсифікація, злиття з іншими фірмами; реалізація довгострокових програм з метою модернізації техніко-технологічної бази фірми і зміцнення фінансового її стану, максимально можливе використання внутрішньофірмових та зовнішніх можливостей для прискореного зростання. Диверсифікація виробництва зв'язана з проникненням капіталу певної фірми в галузі, які прямо не торкаються основної сфери її діяльності.

Стратегію розвитку фірми розглянемо на прикладі можливих альтернатив стратегії зростання. Основні напрями стратегії зростання відображені у таблиці 6.2.

Більш агресивні напрями стратегії потребують додаткових витрат на розробки нової продукції, освоєння ринків, захоплення підприємств-конкурентів.

Жодне підприємство не може ефективно працювати без ретельно підготовленого плану. Досвід організації підприємництва свідчить, що планування діяльності організації набуває все більшого значення в умовах швидких змін у середовищі функціонування підприємства. Відсутність чіткого плану є свідченням незадовільного управління підприємством. Успіх підприємницького проекту, незалежно від його масштабів, сфери діяльності, форми організації бізнесу, неможливий без чіткого уявлення про перспективи діяльності, і реального плану господарювання.

Вибір стратегій виживання або стабілізації є вимушеним за умови катастрофічного занепаду економічної діяльності підприємницької структури чи настання нестабільності (значних коливань) у показниках фактичного продажу продукції та отриманого прибутку. Стратегія виживання має суто захисний характер і передбачає здійснення системи заходів, що забезпечують вихід фірми з кризового стану в максимально короткий термін.

Стратегія стабілізації передбачає передусім вирівнювання найбільш важливих показників ефективності підприємницької діяльності з наступним їх підвищенням. Стабілізація економічної ситуації звичайно здійснюється за умови, коли результативність підприємницької діяльності характеризується значними коливаннями. Специфічні дії дирекції фірми щодо досягнення стабілізації зводяться до такого: якщо коливання показників ефективності бізнесу мають короткостроковий характер, то варто домагатися необхідної збалансованості між обсягами виготовленої продукції і ринку її збуту; за досить тривалого періоду коливань, коли фірма тривалий час не спроможна забезпечити стабільність виробництва і продажу товарів, їй варто розпочати здійснення програми переходу на випуск іншого виду продукції.

Стратегія зростання є привабливою для будь-якої підприємницької структури та треба розглядати як певну сукупність окремих стадій: на початковій виявляють і ліквідують вузькі місця у процесах реалізації конкретних проектів, потім відбувається подальше проникнення фірми на товарний ринок, диверсифікація, злиття з іншими фірмами; реалізація довгострокових програм з метою модернізації техніко-технологічної бази фірми і зміцнення фінансового її стану, максимально можливе використання внутрішньофірмових та зовнішніх можливостей для прискореного зростання. Диверсифікація виробництва зв'язана з проникненням капіталу певної фірми в галузі, які прямо не торкаються основної сфери її діяльності.

Стратегію розвитку фірми розглянемо на прикладі можливих альтернатив стратегії зростання. Основні напрями стратегії зростання відображені у таблиці 6.2.

Більш агресивні напрями стратегії потребують додаткових витрат на розробки нової продукції, освоєння ринків, захоплення підприємств-конкурентів.

Жодне підприємство не може ефективно працювати без ретельно підготовленого плану. Досвід організації підприємництва свідчить, що планування діяльності організації набуває все більшого значення в умовах швидких змін у середовищі функціонування підприємства. Відсутність чіткого плану є свідченням незадовільного управління підприємством. Успіх підприємницького проекту, незалежно від його масштабів, сфери діяльності, форми організації бізнесу, неможливий без чіткого уявлення про перспективи діяльності, і реального плану господарювання.

Таблиця 6.2 – Напрями стратегії зростання

Ринок збуту	Продукція	
	стара	нова
Освоєний	Проникнення на ринок	Розробка нових видів товарів
Новий	Розширення ринку збуту	Розробка нової продукції і розширення ринків

Реалізація будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань про коло конкретних споживачів, параметри ринку продукту підприємства, необхідні матеріальні та фінансові ресурси, економічну доцільність проекту тощо. Задля отримання відповідей на ці запитання складається бізнес-план.

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

Бізнес-план складається з таких розділів: вступ; загальна характеристика підприємства та галузі; характеристика продукції (послуг) та ринків збуту; характеристика конкурентного середовища; план маркетингу; виробничий план; фінансовий план; оцінка ризиків [127].

Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві найважливіші функції:

1) зовнішню – ознайомити потенційних інвесторів, кредиторів тощо із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

2) внутрішню (важливу для діяльності підприємства) – опрацювати механізм управління реалізацією підприємницького проекту.

Традиційно бізнес-план розглядається як інструмент залучення необхідних для реалізації проекту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом. За допомогою бізнес-плану підприємець має переконати своїх майбутніх ділових партнерів у тому, що підприємницька ідея справді є перспективною, а головне, що в підприємця є обґрунтована реальна програма успішної реалізації такої ідеї, яка заслуговує на фінансову підтримку.

Не менш важливою є і внутрішня функція бізнес-плану, в межах якої можна виділити два напрямки його застосування:

– як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. ;

– як механізму аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства.

Таблиця 6.2 – Напрями стратегії зростання

Ринок збуту	Продукція	
	стара	нова
Освоєний	Проникнення на ринок	Розробка нових видів товарів
Новий	Розширення ринку збуту	Розробка нової продукції і розширення ринків

Реалізація будь-якої підприємницької ідеї ставить багато різноманітних запитань про коло конкретних споживачів, параметри ринку продукту підприємства, необхідні матеріальні та фінансові ресурси, економічну доцільність проекту тощо. Задля отримання відповідей на ці запитання складається бізнес-план.

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

Бізнес-план складається з таких розділів: вступ; загальна характеристика підприємства та галузі; характеристика продукції (послуг) та ринків збуту; характеристика конкурентного середовища; план маркетингу; виробничий план; фінансовий план; оцінка ризиків [127].

Бізнес-план у ринковій системі господарювання виконує дві найважливіші функції:

1) зовнішню – ознайомити потенційних інвесторів, кредиторів тощо із сутністю та основними аспектами реалізації конкретної підприємницької ідеї;

2) внутрішню (важливу для діяльності підприємства) – опрацювати механізм управління реалізацією підприємницького проекту.

Традиційно бізнес-план розглядається як інструмент залучення необхідних для реалізації проекту фінансових ресурсів. Зовнішні інвестори та кредитори ніколи не вкладатимуть гроші в бізнес, якщо не ознайомляться з ретельно підготовленим бізнес-планом. За допомогою бізнес-плану підприємець має переконати своїх майбутніх ділових партнерів у тому, що підприємницька ідея справді є перспективною, а головне, що в підприємця є обґрунтована реальна програма успішної реалізації такої ідеї, яка заслуговує на фінансову підтримку.

Не менш важливою є і внутрішня функція бізнес-плану, в межах якої можна виділити два напрямки його застосування:

– як інструменту стратегічного планування та оперативного управління діяльністю підприємства. ;

– як механізму аналізу, контролю й оцінки діяльності підприємства.

Отже, бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, відправний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства.

Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту.

Крім того, залежно від типу інвестиційної ситуації можна виділити: бізнес-план комерційної ідеї або інвестиційного, бізнес-план фірми, бізнес-план структурного підрозділу, спеціальні (як правило, скорочені) варіанти бізнес-планів для осіб, у контактах з якими зацікавлений підприємець. Найбільш складною є процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії:

- початкову (здійснюється пошук підприємницької ідеї; вибирається сфера діяльності; обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу; приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу);

- підготовчу (аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес, з'ясовуються сприятливі можливості та загрози; сильні та слабкі сторони фірми, визначається її місія, конкретні цілі діяльності на певний проміжок часу, вибирається стратегія діяльності;

- основну стадію – безпосереднє опрацювання бізнес-плану. Головна мета цієї стадії – довести економічну доцільність створення даного бізнесу. Фінансові розрахунки, що наводяться у бізнес-плані, характеризують фінансові потреби для створення бізнесу; обсяги передбачуваного продажу; розміри прибутків та збитків; рух готівки, повернення боргів потенційним кредиторам. На зміст та структуру бізнес-плану суттєво впливають розміри бізнесу та обсяги фінансових потреб, можливості розширення бізнесу в майбутньому та ін. [127].

Більшість підприємців опрацьовують бізнес-плани для залучення інвесторів до фінансування свого проекту. Найскладнішою та найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст та методику розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність. У структурі цього бізнес-плану, як правило, виділяють такі складові:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (послуги):
 - 4.1. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі.
 - 4.2. Опис продукту (послуги) фірми.
 - 4.3. Патенти, товарні знаки, інші права власності.
 - 4.4. Стратегія зростання фірми.

Отже, бізнес-план – це активний робочий інструмент управління, відправний пункт усієї планової та виконавчої діяльності підприємства.

Специфіка бізнес-плану полягає в тому, що це комплексний документ, який відображає всі основні аспекти підприємницького проекту.

Крім того, залежно від типу інвестиційної ситуації можна виділити: бізнес-план комерційної ідеї або інвестиційного, бізнес-план фірми, бізнес-план структурного підрозділу, спеціальні (як правило, скорочені) варіанти бізнес-планів для осіб, у контактах з якими зацікавлений підприємець. Найбільш складною є процедура опрацювання бізнес-плану для започаткування нового бізнесу. Узагальнення підприємницького досвіду дає змогу виділити в процесі розробки такого бізнес-плану три стадії:

- початкову (здійснюється пошук підприємницької ідеї; вибирається сфера діяльності; обґрунтовується доцільна форма організації бізнесу; приймається рішення щодо способу започаткування бізнесу);

- підготовчу (аналізується маркетингова, виробнича, фінансова й загальноекономічна інформація про майбутній бізнес, з'ясовуються сприятливі можливості та загрози; сильні та слабкі сторони фірми, визначається її місія, конкретні цілі діяльності на певний проміжок часу, вибирається стратегія діяльності;

- основну стадію – безпосереднє опрацювання бізнес-плану. Головна мета цієї стадії – довести економічну доцільність створення даного бізнесу. Фінансові розрахунки, що наводяться у бізнес-плані, характеризують фінансові потреби для створення бізнесу; обсяги передбачуваного продажу; розміри прибутків та збитків; рух готівки, повернення боргів потенційним кредиторам. На зміст та структуру бізнес-плану суттєво впливають розміри бізнесу та обсяги фінансових потреб, можливості розширення бізнесу в майбутньому та ін. [127].

Більшість підприємців опрацьовують бізнес-плани для залучення інвесторів до фінансування свого проекту. Найскладнішою та найбільш повною щодо висвітлення питань є процедура розробки бізнес-плану для виробничої діяльності. Тому далі розглядатимемо структуру, зміст та методику розробки бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність. У структурі цього бізнес-плану, як правило, виділяють такі складові:

1. Титульний аркуш.
2. Зміст бізнес-плану.
3. Резюме.
4. Галузь, фірма та її продукція (послуги):
 - 4.1. Поточна ситуація і тенденції розвитку галузі.
 - 4.2. Опис продукту (послуги) фірми.
 - 4.3. Патенти, товарні знаки, інші права власності.
 - 4.4. Стратегія зростання фірми.

5. Дослідження ринку:

5.1. Загальна характеристика ринку продукту.

5.2. Цільовий ринок бізнесу.

5.3. Місце знаходження фірми.

5.4. Оцінка впливу зовнішніх чинників.

6. Маркетинг-план:

6.1. Стратегія маркетингу.

6.2. Передбачувані обсяги продажу.

7. Виробничий план:

7.1. Основні виробничі операції.

7.2. Машини й устаткування.

7.3. Сировина, матеріали та комплектуючі вироби.

7.4. Виробничі й невиробничі приміщення.

8. Організаційний план:

8.1. Форма організації бізнесу.

8.2. Потреба в персоналі.

8.3. Власники бізнесу й команда менеджерів.

8.4. Організаційна схема управління.

8.5. Кадрова політика та стратегія.

9. Оцінка ризиків:

9.1. Типи можливих ризиків.

9.2. Способи реагування на загрози для бізнесу.

10. Фінансовий план:

10.1. Прибутки та збитки.

10.2. План руху готівки.

10.3. Плановий баланс.

10.4. Фінансові коефіцієнти.

Ця структура є лише приблизною схемою бізнес-плану. конкретний бізнес-план може бути і не таким докладним. Але тут указані ті основні розділи, які необхідно включити до бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

Досить складно визначити універсальну послідовність опрацювання бізнес-плану. Важливим тут є розуміння того, що в процесі розробки бізнес-плану неминуче доведеться:

- опрацювати всі основні розділи бізнес-плану;
- кілька разів повертатися до вже написаних розділів для доповнення, уточнення, доопрацювання.

Наприклад, неможливо досліджувати ринок майбутнього бізнесу, не визначивши спочатку, який конкретно продукт чи послуга будуть продаватися.

Узагальнення досвіду бізнес-планування дозволило сформулювати типові помилки підприємців [178]:

1) Помилки складання бізнес плану:

- перебільшення непотрібної інформації;

5. Дослідження ринку:

5.1. Загальна характеристика ринку продукту.

5.2. Цільовий ринок бізнесу.

5.3. Місце знаходження фірми.

5.4. Оцінка впливу зовнішніх чинників.

6. Маркетинг-план:

6.1. Стратегія маркетингу.

6.2. Передбачувані обсяги продажу.

7. Виробничий план:

7.1. Основні виробничі операції.

7.2. Машини й устаткування.

7.3. Сировина, матеріали та комплектуючі вироби.

7.4. Виробничі й невиробничі приміщення.

8. Організаційний план:

8.1. Форма організації бізнесу.

8.2. Потреба в персоналі.

8.3. Власники бізнесу й команда менеджерів.

8.4. Організаційна схема управління.

8.5. Кадрова політика та стратегія.

9. Оцінка ризиків:

9.1. Типи можливих ризиків.

9.2. Способи реагування на загрози для бізнесу.

10. Фінансовий план:

10.1. Прибутки та збитки.

10.2. План руху готівки.

10.3. Плановий баланс.

10.4. Фінансові коефіцієнти.

Ця структура є лише приблизною схемою бізнес-плану. конкретний бізнес-план може бути і не таким докладним. Але тут указані ті основні розділи, які необхідно включити до бізнес-плану, орієнтованого на залучення інвестицій у виробничу діяльність.

Досить складно визначити універсальну послідовність опрацювання бізнес-плану. Важливим тут є розуміння того, що в процесі розробки бізнес-плану неминуче доведеться:

- опрацювати всі основні розділи бізнес-плану;
- кілька разів повертатися до вже написаних розділів для доповнення, уточнення, доопрацювання.

Наприклад, неможливо досліджувати ринок майбутнього бізнесу, не визначивши спочатку, який конкретно продукт чи послуга будуть продаватися.

Узагальнення досвіду бізнес-планування дозволило сформулювати типові помилки підприємців [178]:

1) Помилки складання бізнес плану:

- перебільшення непотрібної інформації;

- відсутність чітких бізнес-цілей та реальних шляхів їх досягнення;
- акцентування уваги на конкретних ринкових сегментах;
- переоцінка можливостей компанії;
- невірна оцінка можливостей ринку;
- ігнорування політичних, макроекономічних, юридичних та валютних ризиків;
- помилкові часові розрахунки (неузгодженість строків отримання дозволів, неврахування фактору сезонності).

2) Помилки реалізації бізнес плану:

- відсутність контролю над виконанням поставлених завдань;
- незнання бізнес-плану працівниками компанії;
- помилки у ціновій політиці;
- неправильне бюджетування, надмірна економія;
- відсутність регулярних переглядів бізнес-плану.

6.3 Організація маркетингу

Діяльність сучасних підприємств має ґрунтуватися на концепції маркетингу, врахуванні потреб споживачів та інтересів суспільства.

Маркетинг (англ. marketing – торгівля, продаж) – система організації та управління діяльністю підприємства щодо розроблення нових видів товарів, їх виробництва та збуту на основі вивчення ринку та потреб споживачів з метою задоволення цих потреб та отримання прибутку

Важливим для підприємницького успіху є знання корисних властивостей товару, які треба враховувати, аби його купували. До таких властивостей можуть бути віднесені економічність товару та його оцінка в інтересах споживача, гнучке реагування на важливі для споживача параметри товарів, їх модифікація для певних регіонів, популярність серед покупців товарів. З метою кращої орієнтації в ринковому середовищі підприємець аналізує структуру товарних ринків, визначає насиченість ринку товарами та послугами, потенціал попиту та пропозиції. Важливим елементом ринкової стратегії фірми є сегментація ринку – структурування споживачів, зацікавлених у відповідних товарах та послугах. [54]

Маркетингова діяльність вимагає створення на підприємстві спеціалізованої структури. Це може бути група маркетологів, відділ або сектор у складі іншої управлінської структури.

Зміни в конкурентному середовищі вимагають від підприємця вміння швидко зорієнтуватися в ринковій ситуації. На думку відомого фахівця у сфері маркетингу Ф. Котлера, передусім необхідно враховувати зміни в поведінці споживача, які здатні вплинути на кон'юнктуру ринку. Під час кризи падає платоспроможний попит населення, загос-

- відсутність чітких бізнес-цілей та реальних шляхів їх досягнення;
- акцентування уваги на конкретних ринкових сегментах;
- переоцінка можливостей компанії;
- невірна оцінка можливостей ринку;
- ігнорування політичних, макроекономічних, юридичних та валютних ризиків;
- помилкові часові розрахунки (неузгодженість строків отримання дозволів, неврахування фактору сезонності).

2) Помилки реалізації бізнес плану:

- відсутність контролю над виконанням поставлених завдань;
- незнання бізнес-плану працівниками компанії;
- помилки у ціновій політиці;
- неправильне бюджетування, надмірна економія;
- відсутність регулярних переглядів бізнес-плану.

6.3 Організація маркетингу

Діяльність сучасних підприємств має ґрунтуватися на концепції маркетингу, врахуванні потреб споживачів та інтересів суспільства.

Маркетинг (англ. marketing – торгівля, продаж) – система організації та управління діяльністю підприємства щодо розроблення нових видів товарів, їх виробництва та збуту на основі вивчення ринку та потреб споживачів з метою задоволення цих потреб та отримання прибутку

Важливим для підприємницького успіху є знання корисних властивостей товару, які треба враховувати, аби його купували. До таких властивостей можуть бути віднесені економічність товару та його оцінка в інтересах споживача, гнучке реагування на важливі для споживача параметри товарів, їх модифікація для певних регіонів, популярність серед покупців товарів. З метою кращої орієнтації в ринковому середовищі підприємець аналізує структуру товарних ринків, визначає насиченість ринку товарами та послугами, потенціал попиту та пропозиції. Важливим елементом ринкової стратегії фірми є сегментація ринку – структурування споживачів, зацікавлених у відповідних товарах та послугах. [54]

Маркетингова діяльність вимагає створення на підприємстві спеціалізованої структури. Це може бути група маркетологів, відділ або сектор у складі іншої управлінської структури.

Зміни в конкурентному середовищі вимагають від підприємця вміння швидко зорієнтуватися в ринковій ситуації. На думку відомого фахівця у сфері маркетингу Ф. Котлера, передусім необхідно враховувати зміни в поведінці споживача, які здатні вплинути на кон'юнктуру ринку. Під час кризи падає платоспроможний попит населення, загос-

трюється конкурентна боротьба за ринки збуту, знижується попит на товари, що не належать до предметів першої необхідності, визначальним фактором стає ціна; зникає інтерес до престижних торгових марок; покупець менше уваги приділяє зовнішній привабливості товару, його упакувці; змінюється структура каналів надходження товарів до споживача. За несприятливих умов вірним рішенням буде збереження кількості покупців за рахунок зниження ціни. Одночасно підприємці застосовують оптимізацію структури споживачів. Тому дієвим заходом може стати звуження асортименту шляхом виявлення найбільш рентабельних товарів та зосередження уваги на них. Тому маркетинг визначає загальну спрямованість підприємницької діяльності та його використання є надійним засобом підвищення конкурентоспроможності фірми.

Найважливішою складовою маркетингової діяльності підприємства є ефективна реклама. Реклама забезпечує поширення інформації з метою посиленого впливу на свідомість, що викликає заплановану реакцію обраної споживачької аудиторії. Реклама здатна принести як успіх, так й закінчитися провалом. Рекламодавці та виконавці мають опанувати всі елементи мистецтва реклами, а саме: висловлюватися просто, цікаво, ствердно; завжди керуватися здоровим глуздом; бути стислим у висловлюваннях, правдивим, пристойним, оригінальним; знаходити найбільш важливі комерційні аргументи; уникати прямих порівнянь з продукцією конкурентів; обов'язково враховувати національні звичаї і традиції. Слід дотримуватися випробуваних світовою практикою принципів створення ефективної реклами: для того, щоб рекламу помітили, потрібна гарна ідея; текст реклами дуже важливий, але ще важливіше обґрунтування, аргументація; добрими аргументами можуть стати якість товару, швидке постачання, безпечність в експлуатації; в рекламі потрібно вказати вартість товару; не перебільшувати, не розхвалювати товар [54].

Засобами реклами може бути виготовлення фірмової атрибутики, проспектів і плакатів, фірмових каталогів, брошур інших друкованих видань, оголошень приватними підприємцями. Реклама повинна бути узгоджена з чинними законами, усталеними звичаями, бути достовірною, правдивою. Рекламна кампанія повинна проводитися з почуттям соціальної відповідальності і не суперечити високим моральним принципам, яких необхідно дотримуватись при конкуренції між підприємцями [121]. Засади рекламної діяльності в Україні визначає закон «Про рекламу», він регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами. Дотримання основних правил та рекомендацій у створенні реклами дозволить посилити ефективність маркетингу; що позитивно вплине на розвиток підприємницької діяльності.

трюється конкурентна боротьба за ринки збуту, знижується попит на товари, що не належать до предметів першої необхідності, визначальним фактором стає ціна; зникає інтерес до престижних торгових марок; покупець менше уваги приділяє зовнішній привабливості товару, його упакувці; змінюється структура каналів надходження товарів до споживача. За несприятливих умов вірним рішенням буде збереження кількості покупців за рахунок зниження ціни. Одночасно підприємці застосовують оптимізацію структури споживачів. Тому дієвим заходом може стати звуження асортименту шляхом виявлення найбільш рентабельних товарів та зосередження уваги на них. Тому маркетинг визначає загальну спрямованість підприємницької діяльності та його використання є надійним засобом підвищення конкурентоспроможності фірми.

Найважливішою складовою маркетингової діяльності підприємства є ефективна реклама. Реклама забезпечує поширення інформації з метою посиленого впливу на свідомість, що викликає заплановану реакцію обраної споживачької аудиторії. Реклама здатна принести як успіх, так й закінчитися провалом. Рекламодавці та виконавці мають опанувати всі елементи мистецтва реклами, а саме: висловлюватися просто, цікаво, ствердно; завжди керуватися здоровим глуздом; бути стислим у висловлюваннях, правдивим, пристойним, оригінальним; знаходити найбільш важливі комерційні аргументи; уникати прямих порівнянь з продукцією конкурентів; обов'язково враховувати національні звичаї і традиції. Слід дотримуватися випробуваних світовою практикою принципів створення ефективної реклами: для того, щоб рекламу помітили, потрібна гарна ідея; текст реклами дуже важливий, але ще важливіше обґрунтування, аргументація; добрими аргументами можуть стати якість товару, швидке постачання, безпечність в експлуатації; в рекламі потрібно вказати вартість товару; не перебільшувати, не розхвалювати товар [54].

Засобами реклами може бути виготовлення фірмової атрибутики, проспектів і плакатів, фірмових каталогів, брошур інших друкованих видань, оголошень приватними підприємцями. Реклама повинна бути узгоджена з чинними законами, усталеними звичаями, бути достовірною, правдивою. Рекламна кампанія повинна проводитися з почуттям соціальної відповідальності і не суперечити високим моральним принципам, яких необхідно дотримуватись при конкуренції між підприємцями [121]. Засади рекламної діяльності в Україні визначає закон «Про рекламу», він регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами. Дотримання основних правил та рекомендацій у створенні реклами дозволить посилити ефективність маркетингу; що позитивно вплине на розвиток підприємницької діяльності.

6.4 Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування

В управлінській роботі підприємця фінансова діяльність посідає особливе місце. Від неї багато в чому залежить своєчасність та повнота фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності та розвитку підприємства, виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання.

Фінансова діяльність – це система використання різних форм і методів фінансового забезпечення щодо функціонування підприємств та досягнення ними поставлених цілей, тобто це та практична фінансова робота, що забезпечує життєдіяльність підприємства, поліпшує її результати.

Фінансове забезпечення управління здійснюється за такими основними напрямками:

- фінансове прогнозування та планування; I
- аналіз та контроль підприємницької діяльності;
- поточна фінансово-економічна робота [92].

За ринкових умов підприємство самостійно визначає напрями використання та розмір прибутку, який залишається в його розпорядженні після сплати податків. Метою складання фінансового плану є визначення фінансових ресурсів, капіталу та резервів на підставі прогнозування величини фінансових показників: власних оборотних коштів, амортизаційних відрахувань, прибутку, суми податку. Планування виручки є необхідним для розробки плану прибутку від реалізації продукції або виконаних робіт, наданих послуг, визначення суми планових платежів у бюджет. Від обґрунтованості та правильності розрахунку виручки значною мірою залежить також реальність основного джерела надходження коштів та розмір запланованого прибутку. Мета планування витрат – визначення можливості найекономішного витрачання матеріальних, трудових та грошових ресурсів на одиницю продукції. Скорочення витрат на виробництво одиниці продукції є матеріальною підставою для зниження цін на неї, а відтак – прискорення обертання оборотних коштів, зростання можливостей розширення підприємницької діяльності.

Підприємці, орієнтуючись на опрацьовані фінансові показники, складають перспективні, поточні та оперативні фінансові плани. Поточний фінансовий план складається у формі балансу доходів та витрат грошових коштів.

Суть управління фінансами полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Взаємодія фінансових відносин досягається завдяки використанні усіх фінансових категорій (виручки, прибутку, амортизації

6.4 Організація фінансової діяльності та оптимізація оподаткування

В управлінській роботі підприємця фінансова діяльність посідає особливе місце. Від неї багато в чому залежить своєчасність та повнота фінансового забезпечення виробничо-господарської діяльності та розвитку підприємства, виконання фінансових зобов'язань перед державою та іншими суб'єктами господарювання.

Фінансова діяльність – це система використання різних форм і методів фінансового забезпечення щодо функціонування підприємств та досягнення ними поставлених цілей, тобто це та практична фінансова робота, що забезпечує життєдіяльність підприємства, поліпшує її результати.

Фінансове забезпечення управління здійснюється за такими основними напрямками:

- фінансове прогнозування та планування; I
- аналіз та контроль підприємницької діяльності;
- поточна фінансово-економічна робота [92].

За ринкових умов підприємство самостійно визначає напрями використання та розмір прибутку, який залишається в його розпорядженні після сплати податків. Метою складання фінансового плану є визначення фінансових ресурсів, капіталу та резервів на підставі прогнозування величини фінансових показників: власних оборотних коштів, амортизаційних відрахувань, прибутку, суми податку. Планування виручки є необхідним для розробки плану прибутку від реалізації продукції або виконаних робіт, наданих послуг, визначення суми планових платежів у бюджет. Від обґрунтованості та правильності розрахунку виручки значною мірою залежить також реальність основного джерела надходження коштів та розмір запланованого прибутку. Мета планування витрат – визначення можливості найекономішного витрачання матеріальних, трудових та грошових ресурсів на одиницю продукції. Скорочення витрат на виробництво одиниці продукції є матеріальною підставою для зниження цін на неї, а відтак – прискорення обертання оборотних коштів, зростання можливостей розширення підприємницької діяльності.

Підприємці, орієнтуючись на опрацьовані фінансові показники, складають перспективні, поточні та оперативні фінансові плани. Поточний фінансовий план складається у формі балансу доходів та витрат грошових коштів.

Суть управління фінансами полягає в ефективному використанні фінансового механізму для досягнення стратегічних і тактичних цілей підприємства. Взаємодія фінансових відносин досягається завдяки використанні усіх фінансових категорій (виручки, прибутку, амортизації

оборотних коштів, кредиту, бюджету, податків), нормативів, різного роду стимулів, пільг, санкцій та інших фінансових важелів.

Фінанси пов'язані й з іншими напрямками підприємницького управління – виробничим менеджментом, збутом, маркетингом. Підприємці зобов'язані визначити обсяг та джерела фінансових ресурсів, необхідних для виробництва і реалізації продукції, виконання фінансових зобов'язань перед бюджетом, банками, партнерами по бізнесу.

Важливим у процесі управління фінансами підприємств є визначення такої потреби в оборотних коштах, яка б забезпечувала мінімально необхідні розміри виробничих запасів, незавершеного виробництва, залишків готової продукції для виконання виробничої програми. За браком власних виробничих коштів для поточного інвестування необхідно визначити потребу в позичкових коштах. За тимчасового дефіциту власних оборотних коштів підприємство звертається до банку з метою одержання кредитів.

Безпосереднім завданням управління фінансами підприємств є забезпечення формування та правильного розподілу виручки від реалізації продукції для відновлення оборотних коштів, формування амортизаційного фонду, валового та чистого прибутку.

Управління фінансами підприємств включає також сферу формування, розподілу та використання прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства. Розподіл прибутку однією з форм реалізації економічних інтересів учасників процесу відтворення. Так, у результаті фінансово-господарської діяльності підприємств держава одержує свою частку у вигляді податків, підприємство – у вигляді чистого прибутку, а працівник – від розподілу і використання частини прибутку. Від регулювання розподілу доходу залежить мотивація підприємницької діяльності, можливість подальшого збільшення прибутку.

З перших кроків своєї діяльності підприємець зустрічається з проблемою формування стартового капіталу, страхування підприємницьких операцій, залучення кредитів для розвитку власної справи. *Кредит* – це надання фірмі грошових коштів на умовах повернення, визначених строків користування, платності, матеріального забезпечення чи іншого гарантійного покриття. Кредит зміцнює інвестиційні ресурси, сприяє більш ефективному використанню підприємницького потенціалу.

Лізинг є формою довгострокового кредиту, який надає в натуральній формі і погашається підприємцем-орендарем розстрочку. Лізинг виступає формою фінансової підтримки підприємництва і поєднує елементи оренди та кредитних зобов'язань. Підприємець має можливість взяти у довгострокову оренду, технологічне устаткування, транспортні засоби, обладнання. Вартість об'єкта оренди погашається частинами з віднесення витрат на рахунок собівартості продукції, яку виробляє підприємець.

оборотних коштів, кредиту, бюджету, податків), нормативів, різного роду стимулів, пільг, санкцій та інших фінансових важелів.

Фінанси пов'язані й з іншими напрямками підприємницького управління – виробничим менеджментом, збутом, маркетингом. Підприємці зобов'язані визначити обсяг та джерела фінансових ресурсів, необхідних для виробництва і реалізації продукції, виконання фінансових зобов'язань перед бюджетом, банками, партнерами по бізнесу.

Важливим у процесі управління фінансами підприємств є визначення такої потреби в оборотних коштах, яка б забезпечувала мінімально необхідні розміри виробничих запасів, незавершеного виробництва, залишків готової продукції для виконання виробничої програми. За браком власних виробничих коштів для поточного інвестування необхідно визначити потребу в позичкових коштах. За тимчасового дефіциту власних оборотних коштів підприємство звертається до банку з метою одержання кредитів.

Безпосереднім завданням управління фінансами підприємств є забезпечення формування та правильного розподілу виручки від реалізації продукції для відновлення оборотних коштів, формування амортизаційного фонду, валового та чистого прибутку.

Управління фінансами підприємств включає також сферу формування, розподілу та використання прибутку, який залишається в розпорядженні підприємства. Розподіл прибутку однією з форм реалізації економічних інтересів учасників процесу відтворення. Так, у результаті фінансово-господарської діяльності підприємств держава одержує свою частку у вигляді податків, підприємство – у вигляді чистого прибутку, а працівник – від розподілу і використання частини прибутку. Від регулювання розподілу доходу залежить мотивація підприємницької діяльності, можливість подальшого збільшення прибутку.

З перших кроків своєї діяльності підприємець зустрічається з проблемою формування стартового капіталу, страхування підприємницьких операцій, залучення кредитів для розвитку власної справи. *Кредит* – це надання фірмі грошових коштів на умовах повернення, визначених строків користування, платності, матеріального забезпечення чи іншого гарантійного покриття. Кредит зміцнює інвестиційні ресурси, сприяє більш ефективному використанню підприємницького потенціалу.

Лізинг є формою довгострокового кредиту, який надає в натуральній формі і погашається підприємцем-орендарем розстрочку. Лізинг виступає формою фінансової підтримки підприємництва і поєднує елементи оренди та кредитних зобов'язань. Підприємець має можливість взяти у довгострокову оренду, технологічне устаткування, транспортні засоби, обладнання. Вартість об'єкта оренди погашається частинами з віднесення витрат на рахунок собівартості продукції, яку виробляє підприємець.

Важливу роль у розвитку підприємництва відіграє **система оподаткування**, рівень податків, податкові пільги, форми фінансового сприяння становленню та розвитку підприємницького сектору.

Система оподаткування – це сукупність податків, зборів, інших обов’язкових платежів до бюджету, внесків до державних цільових фондів, що стягуються в установленому порядку (таблиця 6.3). Ця система перебуває у постійному русі, що знаходить відображення у появі нових офіційних документів, у змінах і доповненнях до чинних законів. Законодавча база визначає принципи побудови системи оподаткування, диференціє податки. Відповідно до побудови бюджету податки можуть бути загальнодержавними і місцевими. Крім того, податки поділяються на прямі і непрямі [92].

Таблиця 6.3. 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	Збір за першу реєстрацію транспортного засобу	Фонд зайнятості	Державне мито
Митний збір	Плата за майно підприємств	На будівництво, ремонт і експлуатацію автошляхів	Місцеві податки і збори

Прямі податки встановлюються безпосередньо на дохід і майно, а непрямі – входять до ціни товару або до тарифу.

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

До податків, які мають універсальний характер, слід віднести:

- податок на додану вартість;
- акцизний збір;

Важливу роль у розвитку підприємництва відіграє **система оподаткування**, рівень податків, податкові пільги, форми фінансового сприяння становленню та розвитку підприємницького сектору.

Система оподаткування – це сукупність податків, зборів, інших обов’язкових платежів до бюджету, внесків до державних цільових фондів, що стягуються в установленому порядку (таблиця 6.3). Ця система перебуває у постійному русі, що знаходить відображення у появі нових офіційних документів, у змінах і доповненнях до чинних законів. Законодавча база визначає принципи побудови системи оподаткування, диференціє податки. Відповідно до побудови бюджету податки можуть бути загальнодержавними і місцевими. Крім того, податки поділяються на прямі і непрямі [92].

Таблиця 6.3. 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	Збір за першу реєстрацію транспортного засобу	Фонд зайнятості	Державне мито
Митний збір	Плата за майно підприємств	На будівництво, ремонт і експлуатацію автошляхів	Місцеві податки і збори

Прямі податки встановлюються безпосередньо на дохід і майно, а непрямі – входять до ціни товару або до тарифу.

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

До податків, які мають універсальний характер, слід віднести:

- податок на додану вартість;
- акцизний збір;

- податок на прибуток підприємств;
- цільові (спеціальні) податки.

Особливе місце серед джерел формування державного бюджету має податок на додану вартість (ПДВ). 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 та тарифами, збільшеними на суму ПДВ.

Інший вид податків – акцизний збір – нараховується у відсотках до вартості товарів у відпускних цінах. Ставка акцизного збору визначається для кожної товарної групи окремо.

Податок на прибуток нараховується у відсотках до прибутку підприємства, передбачається його поступове зниження від 25 до 16%.

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;

- платежі до Фонду сприяння зайнятості населення. За рахунок коштів цього фонду виплачується допомога з безробіття, фінансуються витрати на підготовку та перепідготовку кадрів.

Для суб'єктів малого бізнесу в 2012 році змінена **спрощена система оподаткування**. Платники єдиного податку, фізичні та юридичні особи, розділені на 46 груп, для кожної з яких встановлені свої обмеження і ставки податку (таблиця 6.4).

Передбачені пільги оподаткування інвалідам, підприємствам, що впроваджують інноваційні розробки тощо.

Слід пам'ятати, що законодавство передбачає відповідальність за ухилення від сплати податків.

Оптимізація оподаткування – планування податкових справ у такий спосіб, щоб отримати максимальні вигоди законним шляхом. Оптимізація оподаткування припускає: мінімізацію податкових виплат (у довгостроковому і короткостроковому періоді при будь-якому об'ємі діяльності) і недопущення штрафних санкцій з боку фіскальних органів. Це досягається правильністю нарахування і своєчасністю сплати податків, що нерозривно пов'язане з податковим плануванням. Мінімізація податків» – термін, який вводить в оману. Насправді, метою має бути не мінімізація (зниження) податків, а збільшення прибутку підприємства після оподаткування. Мета мінімізації податків – не зменшення якогонебудь податку як такого, а збільшення всіх фінансових ресурсів підприємства. Оптимізація податкової політики підприємства дозволяє уникнути переплати податків в кожен даний момент часу.

- податок на прибуток підприємств;
- цільові (спеціальні) податки.

Особливе місце серед джерел формування державного бюджету має податок на додану вартість (ПДВ). 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 та тарифами, збільшеними на суму ПДВ.

Інший вид податків – акцизний збір – нараховується у відсотках до вартості товарів у відпускних цінах. Ставка акцизного збору визначається для кожної товарної групи окремо.

Податок на прибуток нараховується у відсотках до прибутку підприємства, передбачається його поступове зниження від 25 до 16%.

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;

- платежі до Фонду сприяння зайнятості населення. За рахунок коштів цього фонду виплачується допомога з безробіття, фінансуються витрати на підготовку та перепідготовку кадрів.

Для суб'єктів малого бізнесу в 2012 році змінена **спрощена система оподаткування**. Платники єдиного податку, фізичні та юридичні особи, розділені на 46 груп, для кожної з яких встановлені свої обмеження і ставки податку (таблиця 6.4).

Передбачені пільги оподаткування інвалідам, підприємствам, що впроваджують інноваційні розробки тощо.

Слід пам'ятати, що законодавство передбачає відповідальність за ухилення від сплати податків.

Оптимізація оподаткування – планування податкових справ у такий спосіб, щоб отримати максимальні вигоди законним шляхом. Оптимізація оподаткування припускає: мінімізацію податкових виплат (у довгостроковому і короткостроковому періоді при будь-якому об'ємі діяльності) і недопущення штрафних санкцій з боку фіскальних органів. Це досягається правильністю нарахування і своєчасністю сплати податків, що нерозривно пов'язане з податковим плануванням. Мінімізація податків» – термін, який вводить в оману. Насправді, метою має бути не мінімізація (зниження) податків, а збільшення прибутку підприємства після оподаткування. Мета мінімізації податків – не зменшення якогонебудь податку як такого, а збільшення всіх фінансових ресурсів підприємства. Оптимізація податкової політики підприємства дозволяє уникнути переплати податків в кожен даний момент часу.

Таблиця 6.4 – Ставки податку для платників єдиного податку (фізичних та юридичних осіб) [13]

№ групи	Суб'єкти оподаткування	Обсяг доходів	Види діяльності	Кількість найманих працівників	Ставка оподаткування	Податковий період
1	фізичні особи	до 150 тис. грн	– роздрібний продаж товарів з торгових місць на ринках, – побутові послуги населенню	немає	1–10% від мінімальної зарплати на початок року	рік
2	фізичні особи	до 1 млн. грн	– послуги (тільки населенню і платникам єдиного податку), – виробництво або продаж; – ресторанне господарство	до 10 осіб одноразово	2–20% від мінімальної зарплати на початок року	квартал
3	фізичні особи	до 3 млн. грн	види діяльності: будьякі, крім заборонених для спрощеної системи	до 20 осіб одноразово	3% від доходу для платників ПДВ або 5% від доходу для неплательників ПДВ	квартал
4	юридичні особи	до 5 млн. грн	види діяльності: будьякі, окрім «заборонених»	до 50 (середньооблікова кількість)	3% від доходу для платників ПДВ або 5% від доходу для неплательників ПДВ	квартал
5	Фізичні особи-підприємці	не більше 20 млн. грн		протягом останнього календарного року мали не більше 20 найманих співробітників	7% дохода – в слу-чає уплаты НДС	
6	юридичні особи	обсяг прибутку – не більше 20 млн. грн		чисельність працівників яких не перевищує 50 осіб	10% дохода – в слу-чає включення НДС в состав единого налога	

Таблиця 6.4 – Ставки податку для платників єдиного податку (фізичних та юридичних осіб) [13]

№ групи	Суб'єкти оподаткування	Обсяг доходів	Види діяльності	Кількість найманих працівників	Ставка оподаткування	Податковий період
1	фізичні особи	до 150 тис. грн	– роздрібний продаж товарів з торгових місць на ринках, – побутові послуги населенню	немає	1–10% від мінімальної зарплати на початок року	рік
2	фізичні особи	до 1 млн. грн	– послуги (тільки населенню і платникам єдиного податку), – виробництво або продаж; – ресторанне господарство	до 10 осіб одноразово	2–20% від мінімальної зарплати на початок року	квартал
3	фізичні особи	до 3 млн. грн	види діяльності: будьякі, крім заборонених для спрощеної системи	до 20 осіб одноразово	3% від доходу для платників ПДВ або 5% від доходу для неплательників ПДВ	квартал
4	юридичні особи	до 5 млн. грн	види діяльності: будьякі, окрім «заборонених»	до 50 (середньооблікова кількість)	3% від доходу для платників ПДВ або 5% від доходу для неплательників ПДВ	квартал
5	Фізичні особи-підприємці	не більше 20 млн. грн		протягом останнього календарного року мали не більше 20 найманих співробітників	7% дохода – в слу-чає уплаты НДС	
6	юридичні особи	обсяг прибутку – не більше 20 млн. грн		чисельність працівників яких не перевищує 50 осіб	10% дохода – в слу-чає включення НДС в состав единого налога	

Податковий кодекс ставить хрест на багатьох схемах оптимізації оподаткування, хоча, звичайно, не закриває всі. В Україні пропонують свої послуги багато консультаційних фірм, які розробляють та впроваджують ефективні фінансово-податкові схеми для підприємств. До основних способів оптимізації належать: застосування податкових пільг (зменшення ставок оподаткування), пільгових підприємств, перехід на спрощену систему оподаткування (дроблення бізнесу), зміна строку сплати податків (податкові канікули), використання офшорів вибір форми діяльності; правильне формування облікової політики, придбання товарів, робіт, послуг у підприємців – фізичних осіб, правильне укладання договорів, формування статутного капіталу, схеми з давальницькою сировиною тощо.

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 цін товарів під тиском податків зумовлює звуження попиту, що негативно відбивається як на підприємстві, так і на бюджетних надходженнях.

6.5 Зовнішньоекономічна діяльність

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою і невід'ємною сферою господарської діяльності підприємств та всіх учасників ринкових відносин. В сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з ключових чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Згідно із законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» **зовнішньоекономічна діяльність** – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (стаття 2) закріплено шість **принципів** цієї діяльності:

- суверенність;
- свобода підприємництва;
- юридична рівність і недискримінація;
- захист інтересів суб'єктів господарювання;
- еквівалентність обміну;
- неприпустимість демпінгу.

Основні **законодавчі акти, якими регулюється зовнішньоекономічна діяльність України**: «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про режим іноземного інвестування», «Про єдиний митний тариф», «Про захист іноземних інвестицій» та ін.

Податковий кодекс ставить хрест на багатьох схемах оптимізації оподаткування, хоча, звичайно, не закриває всі. В Україні пропонують свої послуги багато консультаційних фірм, які розробляють та впроваджують ефективні фінансово-податкові схеми для підприємств. До основних способів оптимізації належать: застосування податкових пільг (зменшення ставок оподаткування), пільгових підприємств, перехід на спрощену систему оподаткування (дроблення бізнесу), зміна строку сплати податків (податкові канікули), використання офшорів вибір форми діяльності; правильне формування облікової політики, придбання товарів, робіт, послуг у підприємців – фізичних осіб, правильне укладання договорів, формування статутного капіталу, схеми з давальницькою сировиною тощо.

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 цін товарів під тиском податків зумовлює звуження попиту, що негативно відбивається як на підприємстві, так і на бюджетних надходженнях.

6.5 Зовнішньоекономічна діяльність

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою і невід'ємною сферою господарської діяльності підприємств та всіх учасників ринкових відносин. В сучасних умовах зовнішньоекономічна діяльність виступає одним з ключових чинників підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Згідно із законом України «Про зовнішньоекономічну діяльність» **зовнішньоекономічна діяльність** – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

У Законі України «Про зовнішньоекономічну діяльність» (стаття 2) закріплено шість **принципів** цієї діяльності:

- суверенність;
- свобода підприємництва;
- юридична рівність і недискримінація;
- захист інтересів суб'єктів господарювання;
- еквівалентність обміну;
- неприпустимість демпінгу.

Основні **законодавчі акти, якими регулюється зовнішньоекономічна діяльність України**: «Про зовнішньоекономічну діяльність», «Про режим іноземного інвестування», «Про єдиний митний тариф», «Про захист іноземних інвестицій» та ін.

Всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають рівне право здійснювати будь-які її види, не заборонені законами України, незалежно від форм власності й інших ознак. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці відповідно до Закону України. Фізичні особи, які не мають постійного місця проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони є суб'єктами господарської діяльності за законом держави, у якій вони мають постійне місце проживання або громадянами якої вони є. Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутним документам з моменту знаходження ними статусу юридичної особи. У зовнішньоекономічній діяльності можуть брати участь також зовнішньоекономічні організації, що мають статус юридичної особи, утворені в Україні відповідно до закону органами державної влади або органами місцевого самоврядування. Держава гарантує однаковий захист усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Види зовнішньоекономічної діяльності, перелік зовнішньоекономічних операцій, що здійснюються на території України, умови та порядок їх здійснення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, а також перелік товарів (робіт, послуг), заборонених для експорту та імпорту, визначаються законом.

Згідно із законом про зовнішньоекономічну діяльність до **видів зовнішньоекономічної діяльності**, які здійснюють в Україні суб'єкти цієї діяльності, належать:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультативних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;

Всі суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають рівне право здійснювати будь-які її види, не заборонені законами України, незалежно від форм власності й інших ознак. Фізичні особи, які мають постійне місце проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони зареєстровані як підприємці відповідно до Закону України. Фізичні особи, які не мають постійного місця проживання на території України, мають зазначене право, якщо вони є суб'єктами господарської діяльності за законом держави, у якій вони мають постійне місце проживання або громадянами якої вони є. Юридичні особи мають право здійснювати зовнішньоекономічну діяльність відповідно до їх статутним документам з моменту знаходження ними статусу юридичної особи. У зовнішньоекономічній діяльності можуть брати участь також зовнішньоекономічні організації, що мають статус юридичної особи, утворені в Україні відповідно до закону органами державної влади або органами місцевого самоврядування. Держава гарантує однаковий захист усіх суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Види зовнішньоекономічної діяльності, перелік зовнішньоекономічних операцій, що здійснюються на території України, умови та порядок їх здійснення суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, а також перелік товарів (робіт, послуг), заборонених для експорту та імпорту, визначаються законом.

Згідно із законом про зовнішньоекономічну діяльність до **видів зовнішньоекономічної діяльності**, які здійснюють в Україні суб'єкти цієї діяльності, належать:

- експорт та імпорт товарів, капіталів та робочої сили;
- надання суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України послуг іноземним суб'єктам господарської діяльності, в тому числі: виробничих, транспортно-експедиційних, страхових, консультативних, маркетингових, експортних, посередницьких, брокерських, агентських, консигнаційних, управлінських, облікових, аудиторських, юридичних, туристських та інших;
- наукова, науково-технічна, науково-виробнича, виробнича, навчальна та інша кооперація з іноземними суб'єктами господарської діяльності; навчання та підготовка спеціалістів на комерційній основі;
- міжнародні фінансові операції та операції з цінними паперами у випадках, передбачених законами України;
- кредитні та розрахункові операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;
- спільна підприємницька діяльність між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності, що включає створення спільних підприємств різних видів і форм, проведення спільних господарських операцій та спільне володіння майном як на території України, так і за її межами;

– підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності;

– організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозиумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

– організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;

– товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

– орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

– операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;

– інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.

Посередницькі операції, при здійсненні яких право власності на товар не переходить до посередника (на підставі комісійних, агентських договорів, договорів доручення та інших), здійснюються без обмежень.

Суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який одержав від цієї діяльності у власність кошти, майно, майнові і немайнові права та інші результати, має право володіти, користуватися і розпоряджатися ними за своїм розсудом. Органи державної влади, органи місцевого самоврядування не мають права втручатися в оперативну діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, крім випадків, передбачених законом.

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

До державних органів управління зовнішньоекономічної діяльності в Україні відносяться:

- Верховна Рада України;
- Кабінет Міністрів України;
- Національний банк України;
- Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції;

– підприємницька діяльність на території України, пов'язана з наданням ліцензій, патентів, ноу-хау, торговельних марок та інших нематеріальних об'єктів власності;

– організація та здійснення діяльності в галузі проведення виставок, аукціонів, торгів, конференцій, симпозиумів, семінарів та інших подібних заходів, що здійснюються на комерційній основі, за участю суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності;

– організація та здійснення оптової, консигнаційної та роздрібно торгівлі на території України за іноземну валюту у передбачених законами України випадках;

– товарообмінні (бартерні) операції та інша діяльність, побудована на формах зустрічної торгівлі між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

– орендні, в тому числі лізингові, операції між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та іноземними суб'єктами господарської діяльності;

– операції по придбанню, продажу та обміну валюти на валютних аукціонах, валютних біржах та на міжбанківському валютному ринку;

– інші види зовнішньоекономічної діяльності, не заборонені прямо і у виключній формі законами України.

Посередницькі операції, при здійсненні яких право власності на товар не переходить до посередника (на підставі комісійних, агентських договорів, договорів доручення та інших), здійснюються без обмежень.

Суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності, який одержав від цієї діяльності у власність кошти, майно, майнові і немайнові права та інші результати, має право володіти, користуватися і розпоряджатися ними за своїм розсудом. Органи державної влади, органи місцевого самоврядування не мають права втручатися в оперативну діяльність суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, крім випадків, передбачених законом.

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

До державних органів управління зовнішньоекономічної діяльності в Україні відносяться:

- Верховна Рада України;
- Кабінет Міністрів України;
- Національний банк України;
- Міністерство економіки та з питань європейської інтеграції;

- Державна митна служба України;
- Антимонопольний комітет України;
- Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі.

В структурі Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України створено **Департамент** державної політики у сфері зовнішньої торгівлі, торговельних обмежень та контролю за зовнішньоекономічною діяльністю.

До **недержавних органів** управління економікою *відносяться* товарні, фондові, валютні біржі, Торгово-промислову палату України. При цьому дані органи регулювання можуть виконувати тільки їм надані функції у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Уряд України має у своєму розпорядженні багато форм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, серед яких основними є митно-тарифні та нетарифні.

Митні відносини істотно впливають на характер міжнародних економічних відносин, а митна політика є дійовим інструментом регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності здійснюється відповідно до Митного кодексу України, закону про зовнішньоекономічну діяльність, інших законів, Єдиного митного тарифу та чинних міжнародних договорів, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України. Митний контроль на території спеціальних (вільних) економічних зон регулюється окремими законами та чинними міжнародними договорами.

Найпоширенішими засобами регулювання зовнішньоекономічної діяльності є розробка і встановлення податків у сфері зовнішніх відносин. Податкові пільги надаються виключно відповідно до закону, як правило, суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, які стабільно експортують наукову, наукоємну продукцію, експорт яких перевищує імпорт за фінансовий рік і обсяг експорту яких становить не менше п'яти відсотків від обсягу реалізованих за фінансовий рік товарів.

Одним із регуляторів зовнішньоекономічної діяльності є *митний тариф*.

Єдиний митний тариф України – це систематизований перелік розмірів мита, що знімається при проходженні товарів через митний кордон країни, яка прийняла даний тариф, або групи країн, що об'єднали свої державні митні території в єдину митну територію.

Митний тариф містить деталізований перелік товарів, що оподатковуються імпортом, експортом і транзитним митом з наведенням способу нарахування, ставки мита, а також коефіцієнтів надбавок і знижок та переліку товарів, заборонених до ввезення, вивезення і транзиту відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності.

У сучасній практиці державного регулювання зовнішньої торгівлі поряд з тарифними заходами досить широко застосовуються й інші, які

- Державна митна служба України;
- Антимонопольний комітет України;
- Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі.

В структурі Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України створено **Департамент** державної політики у сфері зовнішньої торгівлі, торговельних обмежень та контролю за зовнішньоекономічною діяльністю.

До **недержавних органів** управління економікою *відносяться* товарні, фондові, валютні біржі, Торгово-промислову палату України. При цьому дані органи регулювання можуть виконувати тільки їм надані функції у сфері управління зовнішньоекономічною діяльністю.

Уряд України має у своєму розпорядженні багато форм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності, серед яких основними є митно-тарифні та нетарифні.

Митні відносини істотно впливають на характер міжнародних економічних відносин, а митна політика є дійовим інструментом регулювання зовнішньоекономічної діяльності. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності здійснюється відповідно до Митного кодексу України, закону про зовнішньоекономічну діяльність, інших законів, Єдиного митного тарифу та чинних міжнародних договорів, згоду на обов'язковість яких надано Верховною Радою України. Митний контроль на території спеціальних (вільних) економічних зон регулюється окремими законами та чинними міжнародними договорами.

Найпоширенішими засобами регулювання зовнішньоекономічної діяльності є розробка і встановлення податків у сфері зовнішніх відносин. Податкові пільги надаються виключно відповідно до закону, як правило, суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності, які стабільно експортують наукову, наукоємну продукцію, експорт яких перевищує імпорт за фінансовий рік і обсяг експорту яких становить не менше п'яти відсотків від обсягу реалізованих за фінансовий рік товарів.

Одним із регуляторів зовнішньоекономічної діяльності є *митний тариф*.

Єдиний митний тариф України – це систематизований перелік розмірів мита, що знімається при проходженні товарів через митний кордон країни, яка прийняла даний тариф, або групи країн, що об'єднали свої державні митні території в єдину митну територію.

Митний тариф містить деталізований перелік товарів, що оподатковуються імпортом, експортом і транзитним митом з наведенням способу нарахування, ставки мита, а також коефіцієнтів надбавок і знижок та переліку товарів, заборонених до ввезення, вивезення і транзиту відповідно до товарної номенклатури зовнішньоекономічної діяльності.

У сучасній практиці державного регулювання зовнішньої торгівлі поряд з тарифними заходами досить широко застосовуються й інші, які

дістали назву **нетарифних**. Основними **видами нетарифного регулювання** є ліцензування, квотування, реєстрація контрактів, дозволи міністерств та відомств, що мають необхідні повноваження щодо видачі таких дозволів.

Кабінет Міністрів України може встановлювати перелік товарів (робіт, послуг), експорт та імпорт яких здійснюються суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності лише за наявності ліцензії. Режим квотування зовнішньоекономічних операцій запроваджується у випадках, передбачених законом, чинними міжнародними договорами України, та здійснюється шляхом обмеження загальної кількості та/або сумарної митної вартості товарів, яка може бути ввезена (вивезена) за певний період. Інформація щодо введення режиму ліцензування або квотування публікується в офіційних виданнях.

До суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосовано санкцію у вигляді тимчасового зупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

Для управління **зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах** створюють відповідні підрозділи, **функціями** яких є:

- науково-технічне співробітництво і налагодження зовнішніх зв'язків (вивчення і впровадження передового досвіду, розробка планів співробітництва, організація переговорів, зарубіжні відрядження, планування та контроль за експортним виробництвом, статистична звітність);
- організація протокольних заходів (прийом делегацій, проведення консультацій з іноземними спеціалістами, оформлення документів тощо);
- проведення аналітичних досліджень, створення прогнозу збуту, розробка політики ціноутворення;
- рекламна діяльність;
- розробка планів та організація роботи з укладання договорів про реалізацію продукції.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право укладати будь-які зовнішньоекономічні договори (контракти), крім тих, укладення яких заборонено законодавством України. Форма і порядок укладення зовнішньоекономічного договору (контракту), права та обов'язки його сторін регулюються Законом України «Про міжнародне приватне право» та іншими законами. Зовнішньоекономічний договір (контракт) може бути визнаний недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідає вимогам законів України або чинним міжнародним договорам. Законом може бути встановлений особливий порядок укладення, виконання і розірвання окремих видів зовнішньоекономічних договорів (контрактів). Кабінет Міністрів України з метою забезпечення відповідності зовнішньоекономічних договорів (контрактів) законодавству України запроваджує їх державну реєстрацію.

дістали назву **нетарифних**. Основними **видами нетарифного регулювання** є ліцензування, квотування, реєстрація контрактів, дозволи міністерств та відомств, що мають необхідні повноваження щодо видачі таких дозволів.

Кабінет Міністрів України може встановлювати перелік товарів (робіт, послуг), експорт та імпорт яких здійснюються суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності лише за наявності ліцензії. Режим квотування зовнішньоекономічних операцій запроваджується у випадках, передбачених законом, чинними міжнародними договорами України, та здійснюється шляхом обмеження загальної кількості та/або сумарної митної вартості товарів, яка може бути ввезена (вивезена) за певний період. Інформація щодо введення режиму ліцензування або квотування публікується в офіційних виданнях.

До суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності може бути застосовано санкцію у вигляді тимчасового зупинення права здійснення такої діяльності у випадках порушення чинних законів України, що стосуються цієї діяльності.

Для управління **зовнішньоекономічною діяльністю на підприємствах** створюють відповідні підрозділи, **функціями** яких є:

- науково-технічне співробітництво і налагодження зовнішніх зв'язків (вивчення і впровадження передового досвіду, розробка планів співробітництва, організація переговорів, зарубіжні відрядження, планування та контроль за експортним виробництвом, статистична звітність);
- організація протокольних заходів (прийом делегацій, проведення консультацій з іноземними спеціалістами, оформлення документів тощо);
- проведення аналітичних досліджень, створення прогнозу збуту, розробка політики ціноутворення;
- рекламна діяльність;
- розробка планів та організація роботи з укладання договорів про реалізацію продукції.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право укладати будь-які зовнішньоекономічні договори (контракти), крім тих, укладення яких заборонено законодавством України. Форма і порядок укладення зовнішньоекономічного договору (контракту), права та обов'язки його сторін регулюються Законом України «Про міжнародне приватне право» та іншими законами. Зовнішньоекономічний договір (контракт) може бути визнаний недійсним у судовому порядку, якщо він не відповідає вимогам законів України або чинним міжнародним договорам. Законом може бути встановлений особливий порядок укладення, виконання і розірвання окремих видів зовнішньоекономічних договорів (контрактів). Кабінет Міністрів України з метою забезпечення відповідності зовнішньоекономічних договорів (контрактів) законодавству України запроваджує їх державну реєстрацію.

У випадках недобросовісної конкуренції, розміщення валютних цінностей з порушенням встановленого законодавством порядку на рахунках та вкладах за межами України, а також в інших випадках, якщо дії учасників зовнішньоекономічної діяльності завдають шкоди економіці України, експортно-імпортні операції таких суб'єктів господарювання припиняються на умовах і в порядку, передбачених законом, до таких суб'єктів може застосовуватися індивідуальний режим ліцензування.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право відкривати будь-які не заборонені законом валютні рахунки в банківських установах, розташованих на території інших держав. Порядок відкриття валютних рахунків у банківських установах на території інших держав регулюється законодавством відповідної держави. У разі відкриття валютного рахунку в банківській установі за межами України суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності зобов'язаний повідомити про це Національний банк України не пізніше як у триденний строк. Відкриття валютного рахунку в установі банку за межами України суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності, у статутному фонді якого є частка державного майна, здійснюється за погодженням з Фондом державного майна України. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності зобов'язані надавати відомості про використання своїх валютних рахунків податковим органам у порядку, встановленому законодавством.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності після сплати передбачених законом податків та зборів (обов'язкових платежів) самостійно розпоряджаються валютною виручкою від проведених ними операцій, крім випадків, визначених законом.

Законом може бути запроваджено режим обов'язкового розподілу виручки від зовнішньоекономічних операцій в іноземній валюті між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та уповноваженими державними валютними фондами, а також порядок і розміри відрахувань іноземної валюти. Інформація про запровадження вказаного режиму має бути опублікована в офіційному друкованому органі Кабінету Міністрів України не пізніше як за два місяці до запровадження цього режиму.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності можуть одержувати в іноземних фінансових установах валютні кредити на договірній основі. При цьому умови кредитного договору не можуть суперечити законодавству України. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, у статутному фонді яких є частка державного майна, можуть укладати кредитні договори з іноземними фінансовими установами лише за згодою Фонду державного майна України. Види майна, що не може бути предметом застави у разі одержання валютного кредиту в іноземній фінансовій установі, визначаються законом.

Держава здійснює захист прав та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України згідно з нормами

У випадках недобросовісної конкуренції, розміщення валютних цінностей з порушенням встановленого законодавством порядку на рахунках та вкладах за межами України, а також в інших випадках, якщо дії учасників зовнішньоекономічної діяльності завдають шкоди економіці України, експортно-імпортні операції таких суб'єктів господарювання припиняються на умовах і в порядку, передбачених законом, до таких суб'єктів може застосовуватися індивідуальний режим ліцензування.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності мають право відкривати будь-які не заборонені законом валютні рахунки в банківських установах, розташованих на території інших держав. Порядок відкриття валютних рахунків у банківських установах на території інших держав регулюється законодавством відповідної держави. У разі відкриття валютного рахунку в банківській установі за межами України суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності зобов'язаний повідомити про це Національний банк України не пізніше як у триденний строк. Відкриття валютного рахунку в установі банку за межами України суб'єктом зовнішньоекономічної діяльності, у статутному фонді якого є частка державного майна, здійснюється за погодженням з Фондом державного майна України. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності зобов'язані надавати відомості про використання своїх валютних рахунків податковим органам у порядку, встановленому законодавством.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності після сплати передбачених законом податків та зборів (обов'язкових платежів) самостійно розпоряджаються валютною виручкою від проведених ними операцій, крім випадків, визначених законом.

Законом може бути запроваджено режим обов'язкового розподілу виручки від зовнішньоекономічних операцій в іноземній валюті між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності та уповноваженими державними валютними фондами, а також порядок і розміри відрахувань іноземної валюти. Інформація про запровадження вказаного режиму має бути опублікована в офіційному друкованому органі Кабінету Міністрів України не пізніше як за два місяці до запровадження цього режиму.

Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності можуть одержувати в іноземних фінансових установах валютні кредити на договірній основі. При цьому умови кредитного договору не можуть суперечити законодавству України. Суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, у статутному фонді яких є частка державного майна, можуть укладати кредитні договори з іноземними фінансовими установами лише за згодою Фонду державного майна України. Види майна, що не може бути предметом застави у разі одержання валютного кредиту в іноземній фінансовій установі, визначаються законом.

Держава здійснює захист прав та законних інтересів суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності за межами України згідно з нормами

міжнародного права. Такий захист здійснюється через дипломатичні та консульські установи, державні торговельні представництва, які представляють інтереси України, а також в інший спосіб, визначений законом.

З метою **інформаційного забезпечення українських експортерів та виробників експортоспроможної продукції**, у тому числі суб'єктів малого та середнього підприємництва, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності, що придбавають товари українського походження, Міністерством економічного розвитку та торгівлі (Мінекономіки) введено в дію веб-портал «Комплексна система інформаційно-консультативної підтримки та розвитку експорту» (www.ukrexport.gov.ua). Даний проект покликаний надавати інформаційну підтримку українським експортерам та дані про існуючі можливості й умови здійснення експортних поставок до країн світу, про потенціал або обмеження у торгівлі окремими товарами, тендери, світові бізнес-події тощо. Крім того, пошукові механізми порталу передбачають можливість пошуку торговельних партнерів як для українських, так і для іноземних компаній. Про можливості порталу поінформовано закордонні дипломатичні установи України.

Для просування продукції українських виробників на зовнішні ринки та оптимізації процесу формування та презентації комерційних пропозицій українських підприємств-експортерів, Мінекономіки розроблено стандартизовану форму звернення українських експортерів. Зразок цього документа надіслано до обласних державних адміністрацій України з проханням поширити його серед підприємств у відповідних регіонах, а також до закордонних дипломатичних установ України для використання в роботі з просування українського експорту на ринки країн акредитації.

Представлення інтересів малого підприємництва у міжнародних торговельних переговорах здійснюється торговельно – економічними місіями (далі – ТЕМ) у складі закордонних дипломатичних установ України. Зараз функціонує близько 50 вищезгаданих установ у різних країнах світу та міжнародних організаціях, які здійснюють заходи щодо захисту прав та законних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності України у державі перебування. Їх діяльність сприяє налагодженню та розвитку прогресивних форм співробітництва, проведенню переговорів, експертизи, укладанню контрактів, а також встановлюються контакти з державними установами, організаціями, суб'єктами підприємницької діяльності держави перебування.

Мінекономіки України на базі Державного інформаційно-аналітичного центру моніторингу зовнішніх товарних ринків «Держзовнішінформ» на інтернет-сайтах www.ukrdzi.com.ua та www.eximbase.com, підтримує комп'ютеризовану систему збору та доведення до вітчизняних

міжнародного права. Такий захист здійснюється через дипломатичні та консульські установи, державні торговельні представництва, які представляють інтереси України, а також в інший спосіб, визначений законом.

З метою **інформаційного забезпечення українських експортерів та виробників експортоспроможної продукції**, у тому числі суб'єктів малого та середнього підприємництва, а також іноземних суб'єктів господарської діяльності, що придбавають товари українського походження, Міністерством економічного розвитку та торгівлі (Мінекономіки) введено в дію веб-портал «Комплексна система інформаційно-консультативної підтримки та розвитку експорту» (www.ukrexport.gov.ua). Даний проект покликаний надавати інформаційну підтримку українським експортерам та дані про існуючі можливості й умови здійснення експортних поставок до країн світу, про потенціал або обмеження у торгівлі окремими товарами, тендери, світові бізнес-події тощо. Крім того, пошукові механізми порталу передбачають можливість пошуку торговельних партнерів як для українських, так і для іноземних компаній. Про можливості порталу поінформовано закордонні дипломатичні установи України.

Для просування продукції українських виробників на зовнішні ринки та оптимізації процесу формування та презентації комерційних пропозицій українських підприємств-експортерів, Мінекономіки розроблено стандартизовану форму звернення українських експортерів. Зразок цього документа надіслано до обласних державних адміністрацій України з проханням поширити його серед підприємств у відповідних регіонах, а також до закордонних дипломатичних установ України для використання в роботі з просування українського експорту на ринки країн акредитації.

Представлення інтересів малого підприємництва у міжнародних торговельних переговорах здійснюється торговельно – економічними місіями (далі – ТЕМ) у складі закордонних дипломатичних установ України. Зараз функціонує близько 50 вищезгаданих установ у різних країнах світу та міжнародних організаціях, які здійснюють заходи щодо захисту прав та законних інтересів суб'єктів підприємницької діяльності України у державі перебування. Їх діяльність сприяє налагодженню та розвитку прогресивних форм співробітництва, проведенню переговорів, експертизи, укладанню контрактів, а також встановлюються контакти з державними установами, організаціями, суб'єктами підприємницької діяльності держави перебування.

Мінекономіки України на базі Державного інформаційно-аналітичного центру моніторингу зовнішніх товарних ринків «Держзовнішінформ» на інтернет-сайтах www.ukrdzi.com.ua та www.eximbase.com, підтримує комп'ютеризовану систему збору та доведення до вітчизняних

підприємств, у тому числі суб'єктів малого підприємництва, інформації щодо комерційних та інвестиційних пропозицій іноземних підприємств. Бази даних комерційних пропозицій іноземних компаній та тендерних пропозицій з-за кордону з вільним доступом для українських промисловців та підприємців оперативно оновлюються безпосередньо через мережу Інтернет торговельно-економічними місіями. Крім того, на зазначених сайтах вітчизняним підприємствам пропонуються кон'юнктурно-довідкові документи, які готуються з використанням інформаційно-аналітичних матеріалів, що надходять від ТЕМ України за кордоном.

На підставі інформації, отриманої від ТЕМ, Мінекономіки складає та публікує на сайті www.ukrdzi.com.ua «Держзовнішінформу» щорічний календар проведення міжнародних виставково-ярмаркових заходів у країнах – основних торговельних партнерах України.

При Мінекономіки утворено та діє Рада експортерів, діяльність якої сприяє формуванню експортної політики України, підвищенню експортного потенціалу національної економіки, розвитку добросовісної конкуренції серед українських експортерів, забезпеченню оперативної взаємодії підприємців із центральними органами виконавчої влади, захисту державних інтересів та інтересів українських експортерів на зовнішніх ринках

У рамках реалізації Угоди про спільне використання інформації між Україною та країнами-учасницями Європейського Бізнес-Реєстру проводиться робота з отримання відомостей щодо наявних у них суб'єктів господарювання.

Важливим кроком у сфері інформування суб'єктів господарювання є функціонування офіційних веб-сайтів управління зовнішніх відносин та зовнішньоекономічної діяльності облдержадміністрацій. Такі інформаційні портали забезпечують доступ до інформаційних ресурсів відповідних регіонів, серед яких і система функціонування малих підприємств, що надає можливість здійснювати обмін інформацією між суб'єктами підприємництва України з іноземними підприємствами. На веб-сайтах облдержадміністрацій розміщуються комерційні та тендерні пропозиції іноземних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, отримані від ТЕМ України за кордоном. Важливою ділянкою роботи облдержадміністрацій є підтримання продуктивної взаємодії з міжнародними інституціями, що надають технічну допомогу, зокрема європейськими (Європейський Банк Реконструкції та Розвитку, Представництво Європейської Комісії, ПРООН, Бюро Делегата Німецької економіки, Асоціацією Європейських Прикордонних Регіонів та ін.). За їх підтримки реалізуються проекти у галузі освіти, науки, охорони здоров'я, навколишнього середовища, облаштування кордонної інфраструктури, а також у сфері підприємництва.

підприємств, у тому числі суб'єктів малого підприємництва, інформації щодо комерційних та інвестиційних пропозицій іноземних підприємств. Бази даних комерційних пропозицій іноземних компаній та тендерних пропозицій з-за кордону з вільним доступом для українських промисловців та підприємців оперативно оновлюються безпосередньо через мережу Інтернет торговельно-економічними місіями. Крім того, на зазначених сайтах вітчизняним підприємствам пропонуються кон'юнктурно-довідкові документи, які готуються з використанням інформаційно-аналітичних матеріалів, що надходять від ТЕМ України за кордоном.

На підставі інформації, отриманої від ТЕМ, Мінекономіки складає та публікує на сайті www.ukrdzi.com.ua «Держзовнішінформу» щорічний календар проведення міжнародних виставково-ярмаркових заходів у країнах – основних торговельних партнерах України.

При Мінекономіки утворено та діє Рада експортерів, діяльність якої сприяє формуванню експортної політики України, підвищенню експортного потенціалу національної економіки, розвитку добросовісної конкуренції серед українських експортерів, забезпеченню оперативної взаємодії підприємців із центральними органами виконавчої влади, захисту державних інтересів та інтересів українських експортерів на зовнішніх ринках

У рамках реалізації Угоди про спільне використання інформації між Україною та країнами-учасницями Європейського Бізнес-Реєстру проводиться робота з отримання відомостей щодо наявних у них суб'єктів господарювання.

Важливим кроком у сфері інформування суб'єктів господарювання є функціонування офіційних веб-сайтів управління зовнішніх відносин та зовнішньоекономічної діяльності облдержадміністрацій. Такі інформаційні портали забезпечують доступ до інформаційних ресурсів відповідних регіонів, серед яких і система функціонування малих підприємств, що надає можливість здійснювати обмін інформацією між суб'єктами підприємництва України з іноземними підприємствами. На веб-сайтах облдержадміністрацій розміщуються комерційні та тендерні пропозиції іноземних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності, отримані від ТЕМ України за кордоном. Важливою ділянкою роботи облдержадміністрацій є підтримання продуктивної взаємодії з міжнародними інституціями, що надають технічну допомогу, зокрема європейськими (Європейський Банк Реконструкції та Розвитку, Представництво Європейської Комісії, ПРООН, Бюро Делегата Німецької економіки, Асоціацією Європейських Прикордонних Регіонів та ін.). За їх підтримки реалізуються проекти у галузі освіти, науки, охорони здоров'я, навколишнього середовища, облаштування кордонної інфраструктури, а також у сфері підприємництва.

6.6 Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства

Ризик – важливий елемент підприємницької діяльності. Основна риса характеру підприємця – нахил до ризику. Досягає успіху той підприємець, який вміє вчасно ризикувати.

Підприємницький ризик – це імовірність виникнення збитків або неодержання доходів порівняно з варіантом, що прогнозується; невідзначеність очікуваних доходів.

До основних **чинників**, що зменшують доходи підприємства, належать:

- зменшення обсягів виробництва продукції внаслідок простою устаткування, втрат робочого часу, відсутності матеріалів, збільшення браку;
- втрати позицій на внутрішньому або зовнішньому ринках через падіння попиту, дії конкурентів, низьку якість продукції;
- зниження цін на продукцію;
- збільшення матеріальних витрат, витрат на транспортування, перевитрати фонду заробітної плати;
- збільшення вартості фінансування (процента за кредит);
- збільшення відрахувань і податків.
- більш жорсткі вимоги до охорони навколишнього середовища, збільшення штрафів;
- неплатоспроможність учасників угод (партнерів), затримка платежів;
- непередбачені політичні дії;
- некомпетентність, нечесність, безвідповідальність, помилки керівництва, персоналу, партнерів;
- захворювання або смерть учасників підприємницької операції;
- стихійні лиха (повені, епідемії, землетруси, пожежі), аварії, крадіжки.

Види витрат від ризику класифікують таким чином:

- 1) матеріальні – витрати матеріальних об'єктів у натуральному виразі (устаткування, матеріалів, палива, енергії, продукції) ;
- 2) фінансові – пряма грошова шкода (штрафи, додаткові податки, витрати цінних паперів, грошових коштів);
- 3) витрати часу (невчасний вихід на ринок, збільшення тривалості виробничого циклу та ін.);
- 4) особливі – нанесення шкоди здоров'ю і життю людей, природному середовищу, престижу фірми тощо.

У зв'язку із ризиковим характером підприємницької діяльності банкрутство не є рідкістю у ринковій економіці. За практикою західних країн, 70–80 % нових фірм припиняють діяльність наприкінці другого року існування.

6.6 Ризики підприємницької діяльності та економічна безпека підприємства

Ризик – важливий елемент підприємницької діяльності. Основна риса характеру підприємця – нахил до ризику. Досягає успіху той підприємець, який вміє вчасно ризикувати.

Підприємницький ризик – це імовірність виникнення збитків або неодержання доходів порівняно з варіантом, що прогнозується; невідзначеність очікуваних доходів.

До основних **чинників**, що зменшують доходи підприємства, належать:

- зменшення обсягів виробництва продукції внаслідок простою устаткування, втрат робочого часу, відсутності матеріалів, збільшення браку;
- втрати позицій на внутрішньому або зовнішньому ринках через падіння попиту, дії конкурентів, низьку якість продукції;
- зниження цін на продукцію;
- збільшення матеріальних витрат, витрат на транспортування, перевитрати фонду заробітної плати;
- збільшення вартості фінансування (процента за кредит);
- збільшення відрахувань і податків.
- більш жорсткі вимоги до охорони навколишнього середовища, збільшення штрафів;
- неплатоспроможність учасників угод (партнерів), затримка платежів;
- непередбачені політичні дії;
- некомпетентність, нечесність, безвідповідальність, помилки керівництва, персоналу, партнерів;
- захворювання або смерть учасників підприємницької операції;
- стихійні лиха (повені, епідемії, землетруси, пожежі), аварії, крадіжки.

Види витрат від ризику класифікують таким чином:

- 1) матеріальні – витрати матеріальних об'єктів у натуральному виразі (устаткування, матеріалів, палива, енергії, продукції) ;
- 2) фінансові – пряма грошова шкода (штрафи, додаткові податки, витрати цінних паперів, грошових коштів);
- 3) витрати часу (невчасний вихід на ринок, збільшення тривалості виробничого циклу та ін.);
- 4) особливі – нанесення шкоди здоров'ю і життю людей, природному середовищу, престижу фірми тощо.

У зв'язку із ризиковим характером підприємницької діяльності банкрутство не є рідкістю у ринковій економіці. За практикою західних країн, 70–80 % нових фірм припиняють діяльність наприкінці другого року існування.

Значна частина вітчизняних підприємств знаходиться в стані глибокого, але прихованого банкрутства. В цих умовах необхідно привести в дію процедури санації або банкрутства. Перш ніж проводити такі процедури на підприємстві, необхідно виявити, чи дійсно воно знаходиться у неблагополучному стані та встановити причини, що сприяють розвитку кризової ситуації.

Фахівці виділяють такі **ознаки** неблагополучного (кризового) стану підприємства:

1. Скорочення обсягу реалізації.
2. Зменшення прибутку.
3. Тривалі збитки.
4. Скорочення основного капіталу (майна).
5. Зростаюча заборгованість (кредиторам, бюджету, заробітної плати).
6. Зменшення кількості грошей на рахунку та неплатоспроможність.
7. Часта зміна постачальників та ринків збуту.
8. Конфлікти, звільнення та зміни у структурі апарату управління.
9. Затримки бухгалтерської звітності.
10. Встановлення нереальних цін на продукцію підприємства.
11. Знецінення акцій підприємства.
12. Обмеження діяльності підприємства державними органами влади.

Перша та друга ознаки самі по собі не обов'язково потребують оздоровлення або ліквідації підприємства. Тимчасове зменшення прибутку і навіть збитки є природними для ринкової економіки. Така ситуація є закономірною при переході на випуск нової продукції, при освоєнні нової технології.

Пункти 3–6 характеризують прямі ознаки кризового стану підприємства. Пункти 7–12 є непрямими ознаками кризового стану підприємства для кредиторів.

Можливі **причини** такого кризового становища підприємства поділяють на внутрішні та зовнішні:

- внутрішні – нестача капіталу, неправильне його використання, технічне старіння підприємства, помилкові рішення керівництва, високий рівень витрат, недосконала організація маркетингу, низька кваліфікація персоналу;
- зовнішні – падіння попиту на продукцію, зміна потреб, інфляція, політика уряду, конкуренція, розвиток науки та техніки, фінансовий стан боржників.

У разі нездатності суб'єкта підприємництва після настання встановленого строку виконати свої грошові зобов'язання перед іншими особами, територіальною громадою або державою інакше як через відновлення його платоспроможності цей суб'єкт (боржник) визнається неспроможним.

Щодо **неплатоспроможного боржника застосовуються такі процедури**: розпорядження майном боржника; мирова угода; санація (відновлення платоспроможності) боржника; ліквідація банкрута.

Значна частина вітчизняних підприємств знаходиться в стані глибокого, але прихованого банкрутства. В цих умовах необхідно привести в дію процедури санації або банкрутства. Перш ніж проводити такі процедури на підприємстві, необхідно виявити, чи дійсно воно знаходиться у неблагополучному стані та встановити причини, що сприяють розвитку кризової ситуації.

Фахівці виділяють такі **ознаки** неблагополучного (кризового) стану підприємства:

1. Скорочення обсягу реалізації.
2. Зменшення прибутку.
3. Тривалі збитки.
4. Скорочення основного капіталу (майна).
5. Зростаюча заборгованість (кредиторам, бюджету, заробітної плати).
6. Зменшення кількості грошей на рахунку та неплатоспроможність.
7. Часта зміна постачальників та ринків збуту.
8. Конфлікти, звільнення та зміни у структурі апарату управління.
9. Затримки бухгалтерської звітності.
10. Встановлення нереальних цін на продукцію підприємства.
11. Знецінення акцій підприємства.
12. Обмеження діяльності підприємства державними органами влади.

Перша та друга ознаки самі по собі не обов'язково потребують оздоровлення або ліквідації підприємства. Тимчасове зменшення прибутку і навіть збитки є природними для ринкової економіки. Така ситуація є закономірною при переході на випуск нової продукції, при освоєнні нової технології.

Пункти 3–6 характеризують прямі ознаки кризового стану підприємства. Пункти 7–12 є непрямими ознаками кризового стану підприємства для кредиторів.

Можливі **причини** такого кризового становища підприємства поділяють на внутрішні та зовнішні:

- внутрішні – нестача капіталу, неправильне його використання, технічне старіння підприємства, помилкові рішення керівництва, високий рівень витрат, недосконала організація маркетингу, низька кваліфікація персоналу;
- зовнішні – падіння попиту на продукцію, зміна потреб, інфляція, політика уряду, конкуренція, розвиток науки та техніки, фінансовий стан боржників.

У разі нездатності суб'єкта підприємництва після настання встановленого строку виконати свої грошові зобов'язання перед іншими особами, територіальною громадою або державою інакше як через відновлення його платоспроможності цей суб'єкт (боржник) визнається неспроможним.

Щодо **неплатоспроможного боржника застосовуються такі процедури**: розпорядження майном боржника; мирова угода; санація (відновлення платоспроможності) боржника; ліквідація банкрута.

Розпорядження майном боржника – система заходів щодо нагляду та контролю за управлінням та розпорядженням майном боржника з метою забезпечення збереження та ефективного використання майнових активів боржника та проведення аналізу його фінансового становища.

Мирова угода – домовленість між боржником та кредитором (групою кредиторів) про відстрочку та розстрочку платежів або припинення зобов'язання за угодою сторін (прощення боргів).

Санація – система заходів, що здійснюються під час провадження у справі про банкрутство з метою запобігання визнанню боржника банкрутом та його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища боржника, а також задоволення в повному обсязі або частково вимог кредиторів шляхом кредитування, реструктуризації підприємства, боргів і капіталу та (або) зміну організаційно-правової та виробничої структури боржника (зміни у керівництві підприємства, раціоналізація виробництва, режим економії, розпродаж неефективних підрозділів, зайвих запасів та устаткування).

Згідно із законодавством України **банкрутством** вважається нездатність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів інакше як через застосування визначеної судом ліквідаційної процедури.

Суб'єктом банкрутства (банкрутом) може бути лише суб'єкт підприємницької діяльності. Не можуть бути визнані банкрутом казенні підприємства. Власники майна державного (комунального) або приватного підприємства, засновники (учасники) суб'єкта підприємництва, що виявився неплатоспроможним боржником, кредитори та інші особи в межах заходів щодо запобігання банкрутству вказаного суб'єкта можуть подати йому фінансову допомогу в розмірі, достатньому для погашення його зобов'язань перед кредиторами, включаючи зобов'язання щодо сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), та відновлення платоспроможності цього суб'єкта (досудова санація).

Передумовою для початку процесу банкрутства є письмова заява кредитора або боржника до суду. Призначається розпорядник майна (банк), публікується об'ява про банкрутство, кредитори подають заяви до суду (протягом місяця), суд їх приймає чи відхиляє. Якщо надійшли пропозиції від бажаючих виконати зобов'язання боржника, суд може прийняти рішення про проведення санації боржника. Інакше суд визнає боржника банкрутом. Утворюється ліквідаційна комісія, яка проводить інвентаризацію і реалізацію майна банкрута. Вимоги кредиторів, незадоволені за нестачею майна банкрута, вважаються погашеними. Тому деякі закордонні науковці дають таке визначення банкрутства «ще встановлена законом процедура, через яку людина або організація, що неспроможна виконати свої фінансові зобов'язання, звільняється від боргу» [142].

Розпорядження майном боржника – система заходів щодо нагляду та контролю за управлінням та розпорядженням майном боржника з метою забезпечення збереження та ефективного використання майнових активів боржника та проведення аналізу його фінансового становища.

Мирова угода – домовленість між боржником та кредитором (групою кредиторів) про відстрочку та розстрочку платежів або припинення зобов'язання за угодою сторін (прощення боргів).

Санація – система заходів, що здійснюються під час провадження у справі про банкрутство з метою запобігання визнанню боржника банкрутом та його ліквідації, спрямована на оздоровлення фінансово-господарського становища боржника, а також задоволення в повному обсязі або частково вимог кредиторів шляхом кредитування, реструктуризації підприємства, боргів і капіталу та (або) зміну організаційно-правової та виробничої структури боржника (зміни у керівництві підприємства, раціоналізація виробництва, режим економії, розпродаж неефективних підрозділів, зайвих запасів та устаткування).

Згідно із законодавством України **банкрутством** вважається нездатність боржника відновити свою платоспроможність та задовольнити визнані судом вимоги кредиторів інакше як через застосування визначеної судом ліквідаційної процедури.

Суб'єктом банкрутства (банкрутом) може бути лише суб'єкт підприємницької діяльності. Не можуть бути визнані банкрутом казенні підприємства. Власники майна державного (комунального) або приватного підприємства, засновники (учасники) суб'єкта підприємництва, що виявився неплатоспроможним боржником, кредитори та інші особи в межах заходів щодо запобігання банкрутству вказаного суб'єкта можуть подати йому фінансову допомогу в розмірі, достатньому для погашення його зобов'язань перед кредиторами, включаючи зобов'язання щодо сплати податків, зборів (обов'язкових платежів), та відновлення платоспроможності цього суб'єкта (досудова санація).

Передумовою для початку процесу банкрутства є письмова заява кредитора або боржника до суду. Призначається розпорядник майна (банк), публікується об'ява про банкрутство, кредитори подають заяви до суду (протягом місяця), суд їх приймає чи відхиляє. Якщо надійшли пропозиції від бажаючих виконати зобов'язання боржника, суд може прийняти рішення про проведення санації боржника. Інакше суд визнає боржника банкрутом. Утворюється ліквідаційна комісія, яка проводить інвентаризацію і реалізацію майна банкрута. Вимоги кредиторів, незадоволені за нестачею майна банкрута, вважаються погашеними. Тому деякі закордонні науковці дають таке визначення банкрутства «ще встановлена законом процедура, через яку людина або організація, що неспроможна виконати свої фінансові зобов'язання, звільняється від боргу» [142].

Боржник, його засновники (учасники), власник майна, а також інші особи несуть юридичну відповідальність за фіктивне банкрутство, приховування банкрутства або умисне доведення до банкрутства. Фіктивним банкрутством визнається завідомо неправдива заява суб'єкта підприємництва до суду про нездатність виконати зобов'язання перед кредиторами та державою. Умисним банкрутством визнається стійка неплатоспроможність суб'єкта підприємництва, викликана цілеспрямованими діями власника майна або посадової особи суб'єкта підприємництва, якщо це завдало істотної матеріальної шкоди інтересам держави, суспільства або інтересам кредиторів, що охороняються законом.

Питаннями запобігання збитків, зменшення ризику на великих підприємствах звичайно займається менеджер з управління ризиком. Застосовують такі **способи зменшення ризику**:

- прогнозування тенденцій ринкової кон'юнктури (попиту, рівня конкуренції) із залученням компетентних спеціалістів (експертів, консультантів);

- розподіл ризику між учасниками проекту;

- утворення резервного фонду;

- страхування ризику, тобто передача ризиків страхової компанії.

Для оцінювання рівня ризику розраховують такі показники:

- в абсолютному виразі ризик визначається як величина можливих втрат в матеріальному або вартісному вимірі. Втрати – це зменшення доходу порівняно з прогнозною величиною;

- у відносному виявленні ризик визначається в процентах шляхом ділення величини можливих втрат на показник фінансового стану підприємства (вартість майна (фондів); поточні витрати; капіталовкладення або очікуваний прибуток).

- оскільки ризик є імовірнісною випадковою категорією, він характеризується не тільки величиною, але і ймовірністю того, що він досягає цієї величини. Тому для розрахунку рівня ризику застосовуються методи теорії ймовірності та статистики.

Виходячи з практики, закордонні спеціалісти вважають, що можна орієнтуватись на такі граничні значення ймовірностей ризику втрат:

- для допустимого ризику, що дорівнює прибутку – 0,1;

- критичного, що дорівнює доходу – 0,01;

- катастрофічного, що дорівнює вартості майна – 0,001.

Це означає, що не слід укладати угоду, якщо в одному випадку із десяти можна втратити весь прибуток, в одному із ста – виручку, одному з тисячі – весь капітал.

На прийняття рішень впливає і психологічний аспект. Є люди, схильні, несхильні та байдужі до ризику, що визначає різні стратегії підприємницької діяльності. Справа, що є вигідною з точки зору підприєм-

Боржник, його засновники (учасники), власник майна, а також інші особи несуть юридичну відповідальність за фіктивне банкрутство, приховування банкрутства або умисне доведення до банкрутства. Фіктивним банкрутством визнається завідомо неправдива заява суб'єкта підприємництва до суду про нездатність виконати зобов'язання перед кредиторами та державою. Умисним банкрутством визнається стійка неплатоспроможність суб'єкта підприємництва, викликана цілеспрямованими діями власника майна або посадової особи суб'єкта підприємництва, якщо це завдало істотної матеріальної шкоди інтересам держави, суспільства або інтересам кредиторів, що охороняються законом.

Питаннями запобігання збитків, зменшення ризику на великих підприємствах звичайно займається менеджер з управління ризиком. Застосовують такі **способи зменшення ризику**:

- прогнозування тенденцій ринкової кон'юнктури (попиту, рівня конкуренції) із залученням компетентних спеціалістів (експертів, консультантів);

- розподіл ризику між учасниками проекту;

- утворення резервного фонду;

- страхування ризику, тобто передача ризиків страхової компанії.

Для оцінювання рівня ризику розраховують такі показники:

- в абсолютному виразі ризик визначається як величина можливих втрат в матеріальному або вартісному вимірі. Втрати – це зменшення доходу порівняно з прогнозною величиною;

- у відносному виявленні ризик визначається в процентах шляхом ділення величини можливих втрат на показник фінансового стану підприємства (вартість майна (фондів); поточні витрати; капіталовкладення або очікуваний прибуток).

- оскільки ризик є імовірнісною випадковою категорією, він характеризується не тільки величиною, але і ймовірністю того, що він досягає цієї величини. Тому для розрахунку рівня ризику застосовуються методи теорії ймовірності та статистики.

Виходячи з практики, закордонні спеціалісти вважають, що можна орієнтуватись на такі граничні значення ймовірностей ризику втрат:

- для допустимого ризику, що дорівнює прибутку – 0,1;

- критичного, що дорівнює доходу – 0,01;

- катастрофічного, що дорівнює вартості майна – 0,001.

Це означає, що не слід укладати угоду, якщо в одному випадку із десяти можна втратити весь прибуток, в одному із ста – виручку, одному з тисячі – весь капітал.

На прийняття рішень впливає і психологічний аспект. Є люди, схильні, несхильні та байдужі до ризику, що визначає різні стратегії підприємницької діяльності. Справа, що є вигідною з точки зору підприєм-

ця, схильного до ризику, може бути не вигідною для несхильного до ризику суб'єкта.

Ступінь ризику операції (проекту) може оцінюватись шляхом порівняння з рівнем ризику аналогічних проектів, із середньогалузевим або з граничним рівнем ризику.

Згідно з дослідженнями проведеними в західних країнах, банкрутство малих фірм зумовлює погане управління (98 %), лише 2 % причин банкрутств не залежать від фірми. Можна відмітити такі характерні **помилки в управлінні та організації діяльності фірми** [154, 178]:

1. Стратегічні помилки в управлінні бізнесом:

– надмірна залежність від інших фірм. Слід задуматися про те, що може статися, якщо ваші зв'язки порушаться. А це може статися в разі припинення діяльності вашого партнера, зміни його номенклатури, або, якщо він раптом почне чинити на вас тиск у спробі виторгувати більш вигідні умови для себе. На такий випадок необхідно передбачити запасні варіанти і постаратися послабити цю залежність бізнесу;

– відсутність перспективних планів, коли власник не думає про стратегічний розвиток компанії. Проте, плануючи на майбутнє, ви намагаєтесь передбачити події та опрацюєте резервні варіанти рішень;

– часто фірми продають товари і послуги, а не вигоди і результати, плутають товар і обслуговування. Підприємці думають, що якщо у них є відмінний товар або послуга, означає успіх забезпечений. При цьому, згідно опитуванням тих, хто змінив постачальника, в 70% випадках, вони зробили це через погане обслуговування.

2. Помилки в організації фінансової діяльності:

– помилки в управлінні рухом грошових коштів. Розрахунок руху грошових коштів показує, чи зможе бізнес отримати достатньо грошей для покриття запланованих витрат. Якщо їх не вистачає, то є можливість прийняти необхідні заходи, щоб виправити становище і не допустити його погіршення. При плануванні руху грошових коштів не слід піддаватися зайвому оптимізму щодо виручки від реалізації та недооцінювати виробничі витрати. Необхідно постійно знати, скільки грошей потрібно і де їх брати;

– занадто велика частка позикових коштів. Якщо частка позикових коштів по відношенню до власного капіталу дуже висока, то в оплату за відсотками за кредит відрховується більша частина прибутку. В результаті може виявитися, що підприємець не в змозі оплачувати свої накладні витрати, такі як оренда і заробітна плата;

– незадовільний бухгалтерський облік. Необхідно впровадити в бізнес таку систему бухгалтерського обліку, яка б гарантувала інформацію, необхідну в момент прийняття рішення. Багато підприємців вважають ведення Книги доходів і витрат пережитком минулого. Їм не

ця, схильного до ризику, може бути не вигідною для несхильного до ризику суб'єкта.

Ступінь ризику операції (проекту) може оцінюватись шляхом порівняння з рівнем ризику аналогічних проектів, із середньогалузевим або з граничним рівнем ризику.

Згідно з дослідженнями проведеними в західних країнах, банкрутство малих фірм зумовлює погане управління (98 %), лише 2 % причин банкрутств не залежать від фірми. Можна відмітити такі характерні **помилки в управлінні та організації діяльності фірми** [154, 178]:

1. Стратегічні помилки в управлінні бізнесом:

– надмірна залежність від інших фірм. Слід задуматися про те, що може статися, якщо ваші зв'язки порушаться. А це може статися в разі припинення діяльності вашого партнера, зміни його номенклатури, або, якщо він раптом почне чинити на вас тиск у спробі виторгувати більш вигідні умови для себе. На такий випадок необхідно передбачити запасні варіанти і постаратися послабити цю залежність бізнесу;

– відсутність перспективних планів, коли власник не думає про стратегічний розвиток компанії. Проте, плануючи на майбутнє, ви намагаєтесь передбачити події та опрацюєте резервні варіанти рішень;

– часто фірми продають товари і послуги, а не вигоди і результати, плутають товар і обслуговування. Підприємці думають, що якщо у них є відмінний товар або послуга, означає успіх забезпечений. При цьому, згідно опитуванням тих, хто змінив постачальника, в 70% випадках, вони зробили це через погане обслуговування.

2. Помилки в організації фінансової діяльності:

– помилки в управлінні рухом грошових коштів. Розрахунок руху грошових коштів показує, чи зможе бізнес отримати достатньо грошей для покриття запланованих витрат. Якщо їх не вистачає, то є можливість прийняти необхідні заходи, щоб виправити становище і не допустити його погіршення. При плануванні руху грошових коштів не слід піддаватися зайвому оптимізму щодо виручки від реалізації та недооцінювати виробничі витрати. Необхідно постійно знати, скільки грошей потрібно і де їх брати;

– занадто велика частка позикових коштів. Якщо частка позикових коштів по відношенню до власного капіталу дуже висока, то в оплату за відсотками за кредит відрховується більша частина прибутку. В результаті може виявитися, що підприємець не в змозі оплачувати свої накладні витрати, такі як оренда і заробітна плата;

– незадовільний бухгалтерський облік. Необхідно впровадити в бізнес таку систему бухгалтерського обліку, яка б гарантувала інформацію, необхідну в момент прийняття рішення. Багато підприємців вважають ведення Книги доходів і витрат пережитком минулого. Їм не

завадило б знати, що це є чіткою і однозначною вимога чинного законодавства і при перевірці її можуть вимагати законно;

– часто підприємці неправильно визначають, яку суму доходу свого підприємства їм вказувати для оподаткування. Найчастіше вони не знають, як врахувати у видатках обслуговування власного авто, списання бензину, які витрати можна врахувати для зменшення суми податку, а які ні і т. п. У результаті «впливає» неправильна сума оподаткованого доходу, тобто або підприємець сам себе карає, або недоплачує податків, за що потім і буде покараний матеріально;

– несвоєчасне подання звітності.

3. Помилки у керівництві поточною діяльністю підприємства:

– недостатнє знання ринку. Ключ до успішних продажів – ясне розуміння своїх клієнтів та їх потреб;

– надвиробництво. Таке відбувається з процвітаючими підприємствами. Розширення бізнесу вимагає додаткових вкладень у напрямки, які виходять за межі поточної діяльності підприємства; гроші потрібні будуть на зарплату новим працівникам, на закупівлю додаткових сировинних матеріалів і товарних запасів, на обладнання нового приміщення та придбання нових автомашин. Все це здатне поглинути всю готівку, і тоді підприємець опиниться власником прибуткового бізнесу, який чекає крах – якщо тільки не вишукає додаткові кошти для інвестицій або не отримає кредиту.

– недостатній обсяг реалізації. Це прямо протилежний випадок тільки що описаного, коли надходження не покривають накладних витрат. У такій ситуації зволікати не можна, треба або терміново закритися і тим самим зберегти готівкові кошти, що залишилися, або уважно проаналізувати реалізацію та стратегію виходу на ринок і спробувати різко збільшити віддачу. Також доведеться переглянути накладні витрати і знизити їх;

– кадрові проблеми (низька кваліфікація, дисципліна та ін.);

– намагання все робити самостійно.

4. Непередбачені обставини. Найчастіше підприємства зазнають краху в силу непередбачених обставин. Це зміни законодавства, нові технологічні розробки, які негативно позначаються на ринку продукції. Є й інші причини краху підприємств, про які підприємець і не підозрює, коли відкриває свою справу:

– хвороба. Бізнес може зажадати від власника багато часу і повної віддачі, і дуже часто підприємці не витримують величезного фізичного та розумового навантаження та хворіють. У перші роки існування фірми підприємці змушені працювати практично без відпочинку, що, природно, згубно відбивається на стані їхнього здоров'я;

– розбіжності з партнерами. У тих випадках, коли підприємство має кілька власників, між ними можуть виникнути суперечки з питань гос-

завадило б знати, що це є чіткою і однозначною вимога чинного законодавства і при перевірці її можуть вимагати законно;

– часто підприємці неправильно визначають, яку суму доходу свого підприємства їм вказувати для оподаткування. Найчастіше вони не знають, як врахувати у видатках обслуговування власного авто, списання бензину, які витрати можна врахувати для зменшення суми податку, а які ні і т. п. У результаті «впливає» неправильна сума оподаткованого доходу, тобто або підприємець сам себе карає, або недоплачує податків, за що потім і буде покараний матеріально;

– несвоєчасне подання звітності.

3. Помилки у керівництві поточною діяльністю підприємства:

– недостатнє знання ринку. Ключ до успішних продажів – ясне розуміння своїх клієнтів та їх потреб;

– надвиробництво. Таке відбувається з процвітаючими підприємствами. Розширення бізнесу вимагає додаткових вкладень у напрямки, які виходять за межі поточної діяльності підприємства; гроші потрібні будуть на зарплату новим працівникам, на закупівлю додаткових сировинних матеріалів і товарних запасів, на обладнання нового приміщення та придбання нових автомашин. Все це здатне поглинути всю готівку, і тоді підприємець опиниться власником прибуткового бізнесу, який чекає крах – якщо тільки не вишукає додаткові кошти для інвестицій або не отримає кредиту.

– недостатній обсяг реалізації. Це прямо протилежний випадок тільки що описаного, коли надходження не покривають накладних витрат. У такій ситуації зволікати не можна, треба або терміново закритися і тим самим зберегти готівкові кошти, що залишилися, або уважно проаналізувати реалізацію та стратегію виходу на ринок і спробувати різко збільшити віддачу. Також доведеться переглянути накладні витрати і знизити їх;

– кадрові проблеми (низька кваліфікація, дисципліна та ін.);

– намагання все робити самостійно.

4. Непередбачені обставини. Найчастіше підприємства зазнають краху в силу непередбачених обставин. Це зміни законодавства, нові технологічні розробки, які негативно позначаються на ринку продукції. Є й інші причини краху підприємств, про які підприємець і не підозрює, коли відкриває свою справу:

– хвороба. Бізнес може зажадати від власника багато часу і повної віддачі, і дуже часто підприємці не витримують величезного фізичного та розумового навантаження та хворіють. У перші роки існування фірми підприємці змушені працювати практично без відпочинку, що, природно, згубно відбивається на стані їхнього здоров'я;

– розбіжності з партнерами. У тих випадках, коли підприємство має кілька власників, між ними можуть виникнути суперечки з питань гос-

подарської діяльності фірми. Це трапляється особливо часто, якщо угода між партнерами не містить положень щодо структури управління та перспективних планів підприємства;

– загальна економічна ситуація. Загальний спад в економіці призвів до того, що середній європеєць витрачає менше, але відкладає більше, в результаті чого клієнтура малих підприємств скоротилася, а накладні витрати залишаються на тому ж рівні. Тому багато з них змушені закриватися. Коли вони створювалися, в їх фінансових планах не був передбачений варіант різкого спаду економічної активності в країні.

Головне для підприємця – не велика точність розрахунків ймовірностей та втрат (це неможливо, достатньо лише орієнтовної величини), а уміння передбачати усі типи ризиків, їх причини та розробляти заходи щодо зниження ризиків та мінімізації втрат.

Об'єктивна потреба кожного суб'єкта господарювання у забезпеченні стабільного функціонування і досягнення цілей діяльності зумовлює необхідність постійного дотримання економічної безпеки.

Економічна безпека – це такий стан ресурсів (капіталу, персоналу, інформації та технології, техніки та устаткування, прав) та підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їх використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) [73].

Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і спеціалісти (менеджери) спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку підприємства можуть бути:

1) свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, конкурентів);

2) збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини тощо).

Залежно від суб'єктної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть бути об'єктивними і суб'єктивними. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, що виникають не з вини самого підприємства або його окремих працівників. Суб'єктивні впливи мають місце внаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або його окремих працівників (передусім керівників і функціональних менеджерів).

Економічна безпека підприємства включає такі **функціональні складові**:

– фінансову – досягнення найефективнішого використання ресурсів;

подарської діяльності фірми. Це трапляється особливо часто, якщо угода між партнерами не містить положень щодо структури управління та перспективних планів підприємства;

– загальна економічна ситуація. Загальний спад в економіці призвів до того, що середній європеєць витрачає менше, але відкладає більше, в результаті чого клієнтура малих підприємств скоротилася, а накладні витрати залишаються на тому ж рівні. Тому багато з них змушені закриватися. Коли вони створювалися, в їх фінансових планах не був передбачений варіант різкого спаду економічної активності в країні.

Головне для підприємця – не велика точність розрахунків ймовірностей та втрат (це неможливо, достатньо лише орієнтовної величини), а уміння передбачати усі типи ризиків, їх причини та розробляти заходи щодо зниження ризиків та мінімізації втрат.

Об'єктивна потреба кожного суб'єкта господарювання у забезпеченні стабільного функціонування і досягнення цілей діяльності зумовлює необхідність постійного дотримання економічної безпеки.

Економічна безпека – це такий стан ресурсів (капіталу, персоналу, інформації та технології, техніки та устаткування, прав) та підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективне їх використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного і соціального розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам (загрозам) [73].

Рівень економічної безпеки підприємства залежить від того, наскільки ефективно його керівництво і спеціалісти (менеджери) спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Джерелами негативних впливів на економічну безпеку підприємства можуть бути:

1) свідомі чи несвідомі дії окремих посадових осіб і суб'єктів господарювання (органів державної влади, міжнародних організацій, конкурентів);

2) збіг об'єктивних обставин (стан фінансової кон'юнктури на ринках даного підприємства, наукові відкриття та технологічні розробки, форс-мажорні обставини тощо).

Залежно від суб'єктної обумовленості негативні впливи на економічну безпеку можуть бути об'єктивними і суб'єктивними. Об'єктивними вважаються такі негативні впливи, що виникають не з вини самого підприємства або його окремих працівників. Суб'єктивні впливи мають місце внаслідок неефективної роботи підприємства в цілому або його окремих працівників (передусім керівників і функціональних менеджерів).

Економічна безпека підприємства включає такі **функціональні складові**:

– фінансову – досягнення найефективнішого використання ресурсів;

– інтелектуальну й кадрову – збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; ефективне управління персоналом;

– техніко-технологічну – ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві технологій найкращим світовим аналогам за оптимізації витрат ресурсів;

– політико-правову – всебічне правове забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства;

– інформаційну – ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства;

– екологічну – дотримання чинних екологічних норм, мінімізація втрат від забруднення довкілля;

– силову – забезпечення фізичної безпеки працівників підприємства (передусім керівників) та збереження його майна.

Підвищенню ефективності діяльності підприємств сприяє **комплекс інтернет-ресурсів підтримки підприємництва**.

На офіційному сервері Верховної Ради України: <http://portal.rada.gov.ua> містяться нормативні документи, які регламентують сучасний бізнес в Україні.

На офіційній сторінці Національного банку України: www.bank.gov.ua – офіційні курси валют, політика держави у фінансовому секторі економіки.

Комплексна система інформаційно-консультаційної підтримки та розвитку експорту: www.ukrexport.gov.ua

Питання бухгалтерського обліку, оподаткування, звітності можна знайти: «Баланс» – всеукраїнський бухгалтерський щотижневик: www.balance.dp.ua журнал «Вісник податкової служби»: www.visnuk.com.ua газета «Частный предприниматель»: www.chp.com.ua газета «Галицкие контракты»: www.gc.lviv.ua та ін.

Газета «Бізнес», тенденції на різних ринках продукції та послуг www.business.kiev.ua.

Ціни, які склалися на різні продукти та послуги: www.blitz-price.com.ua

Питання мікрокредитування бізнесу в Україні: www.microcredit.com.ua

З використанням офіційного сайту Держкомпідприємництва забезпечується надання спеціалізованих послуг (в розділах «Реєстрація», «Дозвільна система») та послуг загального призначення (в розділах «Форум», «Інтернет-приймальня», «Зворотній зв'язок», «Гаряча лінія»). Така діяльність спрямована на створення та підтримку функціонування інформаційних порталів для обміну інформацією між суб'єктами малого підприємництва України та іноземними підприємствами; для підприємців-початківців; інформаційних баз даних про вільні приміщення (на місцевому рівні), що придатні для провадження підприємницької діяльності. Крім того, на сайті постійно здійснюється опитування для підприємців з найактуальніших питань бізнесу.

– інтелектуальну й кадрову – збереження і розвиток інтелектуального потенціалу підприємства; ефективне управління персоналом;

– техніко-технологічну – ступінь відповідності застосовуваних на підприємстві технологій найкращим світовим аналогам за оптимізації витрат ресурсів;

– політико-правову – всебічне правове забезпечення діяльності підприємства, дотримання чинного законодавства;

– інформаційну – ефективне інформаційно-аналітичне забезпечення господарської діяльності підприємства;

– екологічну – дотримання чинних екологічних норм, мінімізація втрат від забруднення довкілля;

– силову – забезпечення фізичної безпеки працівників підприємства (передусім керівників) та збереження його майна.

Підвищенню ефективності діяльності підприємств сприяє **комплекс інтернет-ресурсів підтримки підприємництва**.

На офіційному сервері Верховної Ради України: <http://portal.rada.gov.ua> містяться нормативні документи, які регламентують сучасний бізнес в Україні.

На офіційній сторінці Національного банку України: www.bank.gov.ua – офіційні курси валют, політика держави у фінансовому секторі економіки.

Комплексна система інформаційно-консультаційної підтримки та розвитку експорту: www.ukrexport.gov.ua

Питання бухгалтерського обліку, оподаткування, звітності можна знайти: «Баланс» – всеукраїнський бухгалтерський щотижневик: www.balance.dp.ua журнал «Вісник податкової служби»: www.visnuk.com.ua газета «Частный предприниматель»: www.chp.com.ua газета «Галицкие контракты»: www.gc.lviv.ua та ін.

Газета «Бізнес», тенденції на різних ринках продукції та послуг www.business.kiev.ua.

Ціни, які склалися на різні продукти та послуги: www.blitz-price.com.ua

Питання мікрокредитування бізнесу в Україні: www.microcredit.com.ua

З використанням офіційного сайту Держкомпідприємництва забезпечується надання спеціалізованих послуг (в розділах «Реєстрація», «Дозвільна система») та послуг загального призначення (в розділах «Форум», «Інтернет-приймальня», «Зворотній зв'язок», «Гаряча лінія»). Така діяльність спрямована на створення та підтримку функціонування інформаційних порталів для обміну інформацією між суб'єктами малого підприємництва України та іноземними підприємствами; для підприємців-початківців; інформаційних баз даних про вільні приміщення (на місцевому рівні), що придатні для провадження підприємницької діяльності. Крім того, на сайті постійно здійснюється опитування для підприємців з найактуальніших питань бізнесу.

На зовнішньому сайті Міністерством економічного розвитку та торгівлі <http://me.gov.ua> розміщено:

- перелік виставкових заходів;
- інвестиційні пропозиції підприємств, що мають реальні інвестиційні проекти, і які використовуються як інформаційні та презентаційні матеріали в інвестиційних заходах центральних органів виконавчої влади.
- На офіційному веб-сайті державного підприємства «Інформаційно-ресурсний центр» (ДП «ІРЦ»), яке є технічним адміністратором Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (ЄДР), доступний пошук суб'єктів господарювання в ЄДР з отриманням наступної інформації:
 - стосовно фізичних осіб-підприємців – прізвище, ім'я по батькові, місце проживання, стан підприємницької діяльності, дані органу державної реєстрації, в якому знаходиться реєстраційна справа;
 - стосовно юридичних осіб – код ЄДРПОУ, повне найменування, місцезнаходження, стан юридичної особи, дані органу державної реєстрації, в якому знаходиться реєстраційна справа.

Міністерством економічного розвитку та торгівлі введено в дію веб-портал «Комплексна система інформаційно-консультативної підтримки та розвитку експорту» (www.ukrexport.gov.ua). Даний проект покликаний надавати інформаційну підтримку українським експортерам

З метою розширення інформаційної бази даних, необхідної для провадження господарської діяльності, на веб-сайтах облдержадміністрацій розміщено всю необхідну інформацію для суб'єктів підприємництва щодо реєстрації та ведення власного бізнесу, режим роботи районних та місцевих дозвільних та реєстраційних центрів, які функціонують на території області. Також розміщено бази даних: про вільні виробничі приміщення та земельні ділянки (на місцевому рівні), що придатні для провадження підприємницької діяльності, які надаються або можуть бути надані в оренду; існуючих бізнес-центрів, громадських організацій, консалтингових та страхових фірм, банків області тощо.

Тематичні сайти по питанням розвитку бізнесу: www.vlasnasprava.info, www.ukrbusiness.com.ua, www.prostobiz.ua, agribusiness.kiev.ua, biznesdengi.com.

Перелік можливих видів бізнесу з відповідним описом та орієнтовним стартовим капіталом: prostobiz.ua, newidea.in.ua, forum.dobusiness.com.ua, biznesgid.com.ua, newbiz.com.ua, hobiz.ru, getidea.ru, homeidea.ru, bizidei.ru, bizcentr.com, bishelp.ru/svoe_delo/otras, 4bp.ru/For_Business, People_alk.ru/forum/talk.ru.biz.new, doclist.ru/docs, sbn_finance.ru, devbusiness.ru, mybusiness.km.ru, skyfamily.ru, business-book.narod.ru, franchisor.narod.ru/franchising, http://newbusiness.rutube.ru, frshop.ru, dist-cons.ru, my-biz.ucoz.ru, bizart.ru, idea-heap.narod.ru, spbinvest.ru, pectopah.ru, gweb.narod.ru

На зовнішньому сайті Міністерством економічного розвитку та торгівлі <http://me.gov.ua> розміщено:

- перелік виставкових заходів;
- інвестиційні пропозиції підприємств, що мають реальні інвестиційні проекти, і які використовуються як інформаційні та презентаційні матеріали в інвестиційних заходах центральних органів виконавчої влади.
- На офіційному веб-сайті державного підприємства «Інформаційно-ресурсний центр» (ДП «ІРЦ»), яке є технічним адміністратором Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (ЄДР), доступний пошук суб'єктів господарювання в ЄДР з отриманням наступної інформації:
 - стосовно фізичних осіб-підприємців – прізвище, ім'я по батькові, місце проживання, стан підприємницької діяльності, дані органу державної реєстрації, в якому знаходиться реєстраційна справа;
 - стосовно юридичних осіб – код ЄДРПОУ, повне найменування, місцезнаходження, стан юридичної особи, дані органу державної реєстрації, в якому знаходиться реєстраційна справа.

Міністерством економічного розвитку та торгівлі введено в дію веб-портал «Комплексна система інформаційно-консультативної підтримки та розвитку експорту» (www.ukrexport.gov.ua). Даний проект покликаний надавати інформаційну підтримку українським експортерам

З метою розширення інформаційної бази даних, необхідної для провадження господарської діяльності, на веб-сайтах облдержадміністрацій розміщено всю необхідну інформацію для суб'єктів підприємництва щодо реєстрації та ведення власного бізнесу, режим роботи районних та місцевих дозвільних та реєстраційних центрів, які функціонують на території області. Також розміщено бази даних: про вільні виробничі приміщення та земельні ділянки (на місцевому рівні), що придатні для провадження підприємницької діяльності, які надаються або можуть бути надані в оренду; існуючих бізнес-центрів, громадських організацій, консалтингових та страхових фірм, банків області тощо.

Тематичні сайти по питанням розвитку бізнесу: www.vlasnasprava.info, www.ukrbusiness.com.ua, www.prostobiz.ua, agribusiness.kiev.ua, biznesdengi.com.

Перелік можливих видів бізнесу з відповідним описом та орієнтовним стартовим капіталом: prostobiz.ua, newidea.in.ua, forum.dobusiness.com.ua, biznesgid.com.ua, newbiz.com.ua, hobiz.ru, getidea.ru, homeidea.ru, bizidei.ru, bizcentr.com, bishelp.ru/svoe_delo/otras, 4bp.ru/For_Business, People_alk.ru/forum/talk.ru.biz.new, doclist.ru/docs, sbn_finance.ru, devbusiness.ru, mybusiness.km.ru, skyfamily.ru, business-book.narod.ru, franchisor.narod.ru/franchising, http://newbusiness.rutube.ru, frshop.ru, dist-cons.ru, my-biz.ucoz.ru, bizart.ru, idea-heap.narod.ru, spbinvest.ru, pectopah.ru, gweb.narod.ru



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Які особливості організаційної структури на малих та середніх підприємствах?
2. Охарактеризуйте функції менеджменту
3. В чому полягає відмінність між менеджером та підприємцем?
4. В чому полягає головна мета діяльності комерційного підприємства?
5. Визначить поняття «стратегія підприємницької діяльності»
6. Назвіть стратегічні альтернативи
7. Наведіть структуру бізнес-плану
8. Визначить поняття «маркетинг»
9. В чому полягає маркетингове дослідження?
10. Назвіть напрямки фінансового забезпечення управління
11. Охарактеризуйте систему оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності
12. Які є види зовнішньоекономічної діяльності?
13. Які є ознаки кризового підприємства?
14. Які процедури застосовуються щодо неплатоспроможного боржника?
15. Якими показниками вимірюється рівень ризику?
16. Що означає поняття «економічна безпека підприємства»? Охарактеризуйте її складові



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Які особливості організаційної структури на малих та середніх підприємствах?
2. Охарактеризуйте функції менеджменту
3. В чому полягає відмінність між менеджером та підприємцем?
4. В чому полягає головна мета діяльності комерційного підприємства?
5. Визначить поняття «стратегія підприємницької діяльності»
6. Назвіть стратегічні альтернативи
7. Наведіть структуру бізнес-плану
8. Визначить поняття «маркетинг»
9. В чому полягає маркетингове дослідження?
10. Назвіть напрямки фінансового забезпечення управління
11. Охарактеризуйте систему оподаткування суб'єктів підприємницької діяльності
12. Які є види зовнішньоекономічної діяльності?
13. Які є ознаки кризового підприємства?
14. Які процедури застосовуються щодо неплатоспроможного боржника?
15. Якими показниками вимірюється рівень ризику?
16. Що означає поняття «економічна безпека підприємства»? Охарактеризуйте її складові

ПСИХОЛОГІЯ ТА ЕТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 7.1 Мотивація підприємницької діяльності
- 7.2 Риси характеру підприємця
- 7.3 Культура та етика підприємницької діяльності

7.1 Мотивація підприємницької діяльності

Мотивація підприємництва – це спонукання людини до провадження підприємницької діяльності.

Основною ланкою мотиваційного механізму є підприємницькі інтереси. Економічний інтерес – це форма реалізації потреби, користь, вигода, яка досягається у процесі реалізації економічних відносин. Підприємницькі інтереси відображають мотиви діяльності підприємця, соціально-економічні умови її здійснення.

Одним із найважливіших мотивів підприємців є отримання максимального прибутку. Але поряд із прибутком у підприємницькій діяльності присутній розвиток творчого потенціалу особи, прагнення до незалежності, до громадського визнання. Для більшості підприємців присутній мотив збереження та розвитку власної справи, що вимагає від підприємця перспективного мислення. Підприємницька діяльність має ряд особливостей [52]:

- самостійність діяльності;
- творчий підхід до справи;
- новаторство, пошук нестандартних рішень.

Важливою властивістю підприємництва є невизначеність результатів діяльності, ризикованість дій. Це надає певну жорсткість способам досягнення цілей, намагання компенсувати ризик та невизначеність результатів діяльності.

Здатність кожного суб'єкта господарювання виявити свої підприємницькі інтереси значною мірою залежить від дії чинників, що визначають підприємницьку активність, зокрема таких зовнішніх чинників, що блокують творчо-продуктивне підприємництво, зводять мотивацію до отримання прибутку за рахунок спекулятивних дій. У табл. 7.1 представлені чинники, що зумовлюють активність, самостійність та ініціативність суб'єктів господарювання [147].

Підприємницька мотивація розглядається як єдність власницької, управлінської та новаторської функцій визначає поведінку суб'єкта під-

ПСИХОЛОГІЯ ТА ЕТИКА ПІДПРИЄМНИЦТВА

- 7.1 Мотивація підприємницької діяльності
- 7.2 Риси характеру підприємця
- 7.3 Культура та етика підприємницької діяльності

7.1 Мотивація підприємницької діяльності

Мотивація підприємництва – це спонукання людини до провадження підприємницької діяльності.

Основною ланкою мотиваційного механізму є підприємницькі інтереси. Економічний інтерес – це форма реалізації потреби, користь, вигода, яка досягається у процесі реалізації економічних відносин. Підприємницькі інтереси відображають мотиви діяльності підприємця, соціально-економічні умови її здійснення.

Одним із найважливіших мотивів підприємців є отримання максимального прибутку. Але поряд із прибутком у підприємницькій діяльності присутній розвиток творчого потенціалу особи, прагнення до незалежності, до громадського визнання. Для більшості підприємців присутній мотив збереження та розвитку власної справи, що вимагає від підприємця перспективного мислення. Підприємницька діяльність має ряд особливостей [52]:

- самостійність діяльності;
- творчий підхід до справи;
- новаторство, пошук нестандартних рішень.

Важливою властивістю підприємництва є невизначеність результатів діяльності, ризикованість дій. Це надає певну жорсткість способам досягнення цілей, намагання компенсувати ризик та невизначеність результатів діяльності.

Здатність кожного суб'єкта господарювання виявити свої підприємницькі інтереси значною мірою залежить від дії чинників, що визначають підприємницьку активність, зокрема таких зовнішніх чинників, що блокують творчо-продуктивне підприємництво, зводять мотивацію до отримання прибутку за рахунок спекулятивних дій. У табл. 7.1 представлені чинники, що зумовлюють активність, самостійність та ініціативність суб'єктів господарювання [147].

Підприємницька мотивація розглядається як єдність власницької, управлінської та новаторської функцій визначає поведінку суб'єкта під-

приємницької діяльності. Інтерес власника спонукає підприємця до оновлення основних засобів, поліпшення організації бізнесу. Як управлінець, підприємець намагається контролювати розвиток власної справи, керувати окремими ланками або діяльністю в цілому. Підприємець-новатор відрізняється високим творчим та інтелектуальним потенціалом, здатністю генерувати ідеї під впливом внутрішніх спонукальних мотивів до самовираження, реалізації власних можливостей. Тому поєднання інноваційної діяльності та підприємництва дуже часто дає значний ефект.

Таблиця 7.1- Чинники підприємницької активності

Макроекономічні	Мікроекономічні
<ul style="list-style-type: none"> – Забезпечення гарантій підприємництва, відкритість доступу та можливість входження до цього виду діяльності. – Економічна політика – підтримка підприємництва на загальнодержавному та регіональному рівні, напрямки державного регулювання підприємництва. – Наявність та стан конкурентно-ринкового середовища та інфраструктурного забезпечення бізнесу – Місце підприємницького сектору у соціальних орієнтирах розвитку суспільства 	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність економічних знань, ділових якостей, професійної підготовки. – Взаємодоповнення та взаємодія власницької та новаторської функції підприємництва. – Можливості ефективного розвитку підприємництва у довгостроковій перспективі. – Націленість на досягнення успіху. – Форми самовираження творчопродуктивних якостей індивіда у підприємницькій діяльності

Матеріальна зацікавленість у ефективному веденні бізнесу нерозривно пов'язана з наявним соціально-психологічним кліматом у колективі, взаємовідносинами, що складаються у процесі підприємницької діяльності. На відміну від державних підприємств, у приватних фірмах спостерігаються інші критерії відбору та взаємодії лідера та колективу, використовуються найбільш ефективні методи впливу керівника на людей. У мотивації підприємництва це означає ефект команди, застосування мережевих, горизонтальних структур управління.

Важливою складовою ефективною підприємницької діяльності є координація людських зусиль. Успіх у реалізації цієї функції досягається за умов, коли підприємець є достатньо комунікабельним і здатним впливати на мотивацію своїх співробітників.

При доборі персоналу у більшості фірм практикують випробувальний термін (від 1,5 до 3 місяців) із застосуванням контрактної системи надалі. Крім обумовленої заробітної плати виплачуються колективні та індивідуальні премії. Якщо під час випробувального терміну найбільше

приємницької діяльності. Інтерес власника спонукає підприємця до оновлення основних засобів, поліпшення організації бізнесу. Як управлінець, підприємець намагається контролювати розвиток власної справи, керувати окремими ланками або діяльністю в цілому. Підприємець-новатор відрізняється високим творчим та інтелектуальним потенціалом, здатністю генерувати ідеї під впливом внутрішніх спонукальних мотивів до самовираження, реалізації власних можливостей. Тому поєднання інноваційної діяльності та підприємництва дуже часто дає значний ефект.

Таблиця 7.1- Чинники підприємницької активності

Макроекономічні	Мікроекономічні
<ul style="list-style-type: none"> – Забезпечення гарантій підприємництва, відкритість доступу та можливість входження до цього виду діяльності. – Економічна політика – підтримка підприємництва на загальнодержавному та регіональному рівні, напрямки державного регулювання підприємництва. – Наявність та стан конкурентно-ринкового середовища та інфраструктурного забезпечення бізнесу – Місце підприємницького сектору у соціальних орієнтирах розвитку суспільства 	<ul style="list-style-type: none"> – Наявність економічних знань, ділових якостей, професійної підготовки. – Взаємодоповнення та взаємодія власницької та новаторської функції підприємництва. – Можливості ефективного розвитку підприємництва у довгостроковій перспективі. – Націленість на досягнення успіху. – Форми самовираження творчопродуктивних якостей індивіда у підприємницькій діяльності

Матеріальна зацікавленість у ефективному веденні бізнесу нерозривно пов'язана з наявним соціально-психологічним кліматом у колективі, взаємовідносинами, що складаються у процесі підприємницької діяльності. На відміну від державних підприємств, у приватних фірмах спостерігаються інші критерії відбору та взаємодії лідера та колективу, використовуються найбільш ефективні методи впливу керівника на людей. У мотивації підприємництва це означає ефект команди, застосування мережевих, горизонтальних структур управління.

Важливою складовою ефективною підприємницької діяльності є координація людських зусиль. Успіх у реалізації цієї функції досягається за умов, коли підприємець є достатньо комунікабельним і здатним впливати на мотивацію своїх співробітників.

При доборі персоналу у більшості фірм практикують випробувальний термін (від 1,5 до 3 місяців) із застосуванням контрактної системи надалі. Крім обумовленої заробітної плати виплачуються колективні та індивідуальні премії. Якщо під час випробувального терміну найбільше

цінуються комунікативність та ініціативність, то при подальшій діяльності на перше місце висувається така якість, як здатність працівника генерувати та втілювати нові ідеї. При формуванні ефективної системи мотивації працівників підприємцю слід враховувати мотиви соціальної захищеності (гарантії збереження робочого місця), відповідності продуктивно-творчого потенціалу працівників характеру виконуваних робіт, поєднання матеріального та морального заохочення. Інакше у персоналі виникає так зване мотиваційне вигорання, коли внутрішні спонукальні мотиви до продуктивної діяльності перестають діяти. Провідними нематеріальними чинниками мотивації працівників у підприємницьких структурах є [103]:

- інтерес до своєї справи;
- бажання відповідати високим очікуванням лідера фірми;
- потреба і задоволення працювати у середовищі професіоналів свого рівня.

До завдань підприємця, насамперед, входить створення таких умов для працівників, щоб вони сприймали спільну діяльність колективу як свою власну справу.

При формуванні підприємцем, керівником власного стилю поведінки, способів взаємодії з іншими членами команди необхідним є врахування феномену лідерства. У більшості випадків лідери колективів фірм вирізняються внутрішньо установкою на досягнення успіху, здатністю працювати на перспективу, одночасним баченням внутрішніх і зовнішніх проблем розвитку. Для багатьох фірм характерний феномен «суперлідера», тобто коли у команді починає виділятися індивід, який забезпечує мотиваційний потенціал, дає можливість працювати професіоналам. При цьому цей «суперлідер» не намагається очолити команду, задовольняється своєю роллю.

Основа менеджменту персоналу становить посилення ролі особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати відповідно до завдань підприємницької діяльності. Підприємцем стають не стільки завдяки своєму майну і власності, скільки завдяки своїй підприємницькій діяльності та здібності керувати колективом працівників.

Загальновідомо, що серед усіх категорій економічно активного населення домінує мотив матеріального статку, тобто забезпечення високого рівня власного добробуту. За результатами проведеного опитування на важливість цього мотиву вказали 72% безробітних та 84% керівників підприємств, установ, організацій та їх підрозділів. За видом трудової діяльності значимість мотиву забезпечення високого рівня власного добробуту коливається від 60% у самозайнятих до 79% у підприємців. Друге місце в ієрархії мотивації підприємницької діяльності зайняв стимул, що пов'язаний з намаганням до самостійності та незалежності в діях. На це вказали як керівники підприємств, установ, організацій та

цінуються комунікативність та ініціативність, то при подальшій діяльності на перше місце висувається така якість, як здатність працівника генерувати та втілювати нові ідеї. При формуванні ефективної системи мотивації працівників підприємцю слід враховувати мотиви соціальної захищеності (гарантії збереження робочого місця), відповідності продуктивно-творчого потенціалу працівників характеру виконуваних робіт, поєднання матеріального та морального заохочення. Інакше у персоналі виникає так зване мотиваційне вигорання, коли внутрішні спонукальні мотиви до продуктивної діяльності перестають діяти. Провідними нематеріальними чинниками мотивації працівників у підприємницьких структурах є [103]:

- інтерес до своєї справи;
- бажання відповідати високим очікуванням лідера фірми;
- потреба і задоволення працювати у середовищі професіоналів свого рівня.

До завдань підприємця, насамперед, входить створення таких умов для працівників, щоб вони сприймали спільну діяльність колективу як свою власну справу.

При формуванні підприємцем, керівником власного стилю поведінки, способів взаємодії з іншими членами команди необхідним є врахування феномену лідерства. У більшості випадків лідери колективів фірм вирізняються внутрішньо установкою на досягнення успіху, здатністю працювати на перспективу, одночасним баченням внутрішніх і зовнішніх проблем розвитку. Для багатьох фірм характерний феномен «суперлідера», тобто коли у команді починає виділятися індивід, який забезпечує мотиваційний потенціал, дає можливість працювати професіоналам. При цьому цей «суперлідер» не намагається очолити команду, задовольняється своєю роллю.

Основа менеджменту персоналу становить посилення ролі особистості працівника, знання його мотиваційних установок, вміння їх формувати відповідно до завдань підприємницької діяльності. Підприємцем стають не стільки завдяки своєму майну і власності, скільки завдяки своїй підприємницькій діяльності та здібності керувати колективом працівників.

Загальновідомо, що серед усіх категорій економічно активного населення домінує мотив матеріального статку, тобто забезпечення високого рівня власного добробуту. За результатами проведеного опитування на важливість цього мотиву вказали 72% безробітних та 84% керівників підприємств, установ, організацій та їх підрозділів. За видом трудової діяльності значимість мотиву забезпечення високого рівня власного добробуту коливається від 60% у самозайнятих до 79% у підприємців. Друге місце в ієрархії мотивації підприємницької діяльності зайняв стимул, що пов'язаний з намаганням до самостійності та незалежності в діях. На це вказали як керівники підприємств, установ, організацій та

підприємці, так і спеціалісти, наймані працівники підприємств державного сектору, наймані працівники приватних підприємств та самозайняті. Проте, працівники сільського господарства та промисловості, а також безробітні на друге місце вивели такий чинник спонуки до підприємництва, як безробіття і неможливість працювати за колишнім місцем роботи. Таким чином, безробітні та працівники сільського господарства і промисловості пов'язують процес переходу до підприємництва не з можливостями самореалізації, а з безвихідністю життя та загрозою втрати роботи. Підприємці та фермери найчастіше за інші категорії економічно активного населення пов'язують стимули щодо підприємницької діяльності з такими мотивами як прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві та потребою в реалізації власних здібностей. За сучасних умов розвиток підприємництва в Україні більшою мірою стримується інституційними чинниками (тиском на діяльність малих і середніх підприємств з боку різних державних і недержавних інституцій), аніж масовою свідомістю та особистісним фактором підприємництва [38].

Узагальнюючи вищевказане, механізм формування рішення про підприємницьку діяльність можна представити таким чином (рис. 7.1). На прийняття рішення про започаткування підприємницької діяльності має вплив ряд внутрішніх та зовнішніх чинників [155]. **Мотиви**, що спонукають людей займатися підприємництвом, можуть бути такими:

1. Прагнення реалізувати свої винаходи або ідеї. Багато людей мають певну думку про можливість створення власного діла в тій чи іншій галузі, але далеко не завжди вона втілюється в життя через відсутність необхідних умов. Успішні в цій сфері особи відомі всім (Форд, Гейтс та ін.).

2. Незадоволення своїм соціальним і матеріальним становищем. Незадоволення собою і бажання домогтися всього власними силами примушує випробовувати свої здібності у різних галузях. Якщо перший мотив психологи називають позитивним, то другий – негативним. Негативно мотивованих підприємців ще називають «підприємці за примусом», вони відчули розчарування в інших видах діяльності і здатні змінити професію, вид діяльності. Великого успіху досягають далеко не всі, тому що не мають спеціальних знань або необхідних рис характеру.

3. Бажання визначитися, задовольнити свою здорову честолюбність. Вирішуючи займатися підприємництвом, людина мріє про славу, пошану та матеріальний добробут. Багатство є тільки одним із засобів виділитися. У наших підприємців мотив збагачення будь-яким шляхом часто є єдиним і виявляється не завжди в культурних формах. У ділових людей на Заході, які звикли до достатку, цей мотив істотно трансформований. Для них капітал виступає як засіб організації свого самостійного діла та досягнення незалежності. Багато заможних людей на Заході ведуть скромний, аскетичний спосіб життя та напружено працюють.

підприємці, так і спеціалісти, наймані працівники підприємств державного сектору, наймані працівники приватних підприємств та самозайняті. Проте, працівники сільського господарства та промисловості, а також безробітні на друге місце вивели такий чинник спонуки до підприємництва, як безробіття і неможливість працювати за колишнім місцем роботи. Таким чином, безробітні та працівники сільського господарства і промисловості пов'язують процес переходу до підприємництва не з можливостями самореалізації, а з безвихідністю життя та загрозою втрати роботи. Підприємці та фермери найчастіше за інші категорії економічно активного населення пов'язують стимули щодо підприємницької діяльності з такими мотивами як прагнення мати пристойний імідж, соціальний статус у суспільстві та потребою в реалізації власних здібностей. За сучасних умов розвиток підприємництва в Україні більшою мірою стримується інституційними чинниками (тиском на діяльність малих і середніх підприємств з боку різних державних і недержавних інституцій), аніж масовою свідомістю та особистісним фактором підприємництва [38].

Узагальнюючи вищевказане, механізм формування рішення про підприємницьку діяльність можна представити таким чином (рис. 7.1). На прийняття рішення про започаткування підприємницької діяльності має вплив ряд внутрішніх та зовнішніх чинників [155]. **Мотиви**, що спонукають людей займатися підприємництвом, можуть бути такими:

1. Прагнення реалізувати свої винаходи або ідеї. Багато людей мають певну думку про можливість створення власного діла в тій чи іншій галузі, але далеко не завжди вона втілюється в життя через відсутність необхідних умов. Успішні в цій сфері особи відомі всім (Форд, Гейтс та ін.).

2. Незадоволення своїм соціальним і матеріальним становищем. Незадоволення собою і бажання домогтися всього власними силами примушує випробовувати свої здібності у різних галузях. Якщо перший мотив психологи називають позитивним, то другий – негативним. Негативно мотивованих підприємців ще називають «підприємці за примусом», вони відчули розчарування в інших видах діяльності і здатні змінити професію, вид діяльності. Великого успіху досягають далеко не всі, тому що не мають спеціальних знань або необхідних рис характеру.

3. Бажання визначитися, задовольнити свою здорову честолюбність. Вирішуючи займатися підприємництвом, людина мріє про славу, пошану та матеріальний добробут. Багатство є тільки одним із засобів виділитися. У наших підприємців мотив збагачення будь-яким шляхом часто є єдиним і виявляється не завжди в культурних формах. У ділових людей на Заході, які звикли до достатку, цей мотив істотно трансформований. Для них капітал виступає як засіб організації свого самостійного діла та досягнення незалежності. Багато заможних людей на Заході ведуть скромний, аскетичний спосіб життя та напружено працюють.

4. Задоволення особистих потреб у лідерстві. Підприємець – це незалежна за характером людина, схильна до самостійності та свободи. Будь-якій людині властива потреба самоствердження, самовираження. Підприємець намагається проявити свої здібності у конкретному практичному ділі, керуючи колективом, реалізуючи ідеї.



Рисунок 7.1 – Механізм формування рішення про підприємницьку діяльність

Для прийняття остаточного рішення про заснування власного діла, окрім внутрішніх, необхідні певні зовнішні спонукі: створення необхідних умов для діяльності підприємця, а також вплив з боку оточення, в результаті якого формується думка про престижність і вигідність підприємництва.

7.2 Рисі характеру підприємця

Психологи визначають підприємництво як ділову творчість. Якщо це творча справа, то її виконання потребує від людини певних специфічних здібностей. Як свідчать дослідники, тільки 5–7% людей мають

4. Задоволення особистих потреб у лідерстві. Підприємець – це незалежна за характером людина, схильна до самостійності та свободи. Будь-якій людині властива потреба самоствердження, самовираження. Підприємець намагається проявити свої здібності у конкретному практичному ділі, керуючи колективом, реалізуючи ідеї.

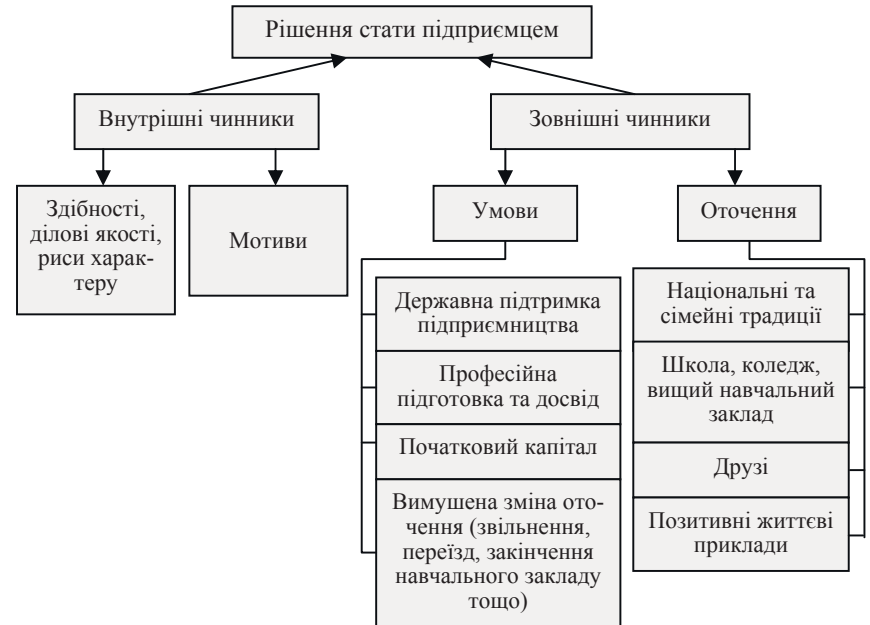


Рисунок 7.1 – Механізм формування рішення про підприємницьку діяльність

Для прийняття остаточного рішення про заснування власного діла, окрім внутрішніх, необхідні певні зовнішні спонукі: створення необхідних умов для діяльності підприємця, а також вплив з боку оточення, в результаті якого формується думка про престижність і вигідність підприємництва.

7.2 Рисі характеру підприємця

Психологи визначають підприємництво як ділову творчість. Якщо це творча справа, то її виконання потребує від людини певних специфічних здібностей. Як свідчать дослідники, тільки 5–7% людей мають

достатні здібності до підприємницької діяльності. Тому не можна з будь-якої людини зробити підприємця, можна тільки навчити її деяким знанням і навичкам, створити необхідні умови для підприємництва. У положеннях багатьох вчених підприємець трактується як певний соціально-психологічний тип суб'єкта господарювання. Рушійні сили підприємництва значною мірою полягають у самій людині, її ініціативі, активності, здібностях. Бізнес – це жорстка конкуренція, постійна напруга, азарт боротьби і самоствердження як у спорті, актуалізація своїх здібностей і обдарованості, як у художній творчості [87].

Таким чином, для досягнення успіху в підприємницькій діяльності необхідні певні **риса особистості та ділові якості**:

- ініціативність, рішучість, сміливість, азартність, схильність до розумного ризику, наполегливість, незалежність, самостійність, відповідальність;
- честолюбність, мобільність, прагнення до нового, вміння передбачати, адаптуватись до змін;
- оптимізм, вміння протидіяти невдачам;
- комунікабельність, вміння працювати з людьми, встановлювати зв'язки впливати на людей, впевнювати;
- самовіддача, фанатичне захоплення ділом, працьовитість (підприємець повинен працювати більше, ніж його працівники, уміти витримувати високе навантаження, працювати по 12–16 годин на добу);
- порядність і чесність, надійність, вірність даному слову, які перш за все цінуються у цивілізованому підприємстві;
- висока компетентність та ерудиція. Підприємець повинен володіти знаннями з технології, економіки, психології, інноватики, політики, юриспруденції, фінансів, маркетингу; вміти організувати взаємодію різних спеціалістів, тобто бути універсалом.

На думку західних вчених, підприємці – це «цвіт нації», її «золотий запас».

Як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються жінки займають все більш стійкі позиції в бізнесі. Сучасна бізнес-леді – це особливий тип жінки. Це жінка, дії якої визначаються її внутрішньою мотивацією, тягою до самореалізації, мало підвладна впливу ззовні. Але не дивлячись на їх успіхи, чоловіки не готові визнавати їх рівними. На Заході великого поширення набула так звана теорія «скляної стелі», під якою розуміється невидима, але реальна перешкода, на яку натрапляє жінка-лідер, що намагається досягти успіху. На думку психологів, чоловіки та жінки мають рівні можливості для ефективного управління підприємством, але є і відмінності. Чоловіки в управлінні більш схильні до стилю делегування, тобто вони розподіляють завдання, і кожен займається своєю справою. Жінки-керівники, як правило, використовують ті стилі лідерства, які найбільш ефективні в кожній конкретній ситуації, не бу-

достатні здібності до підприємницької діяльності. Тому не можна з будь-якої людини зробити підприємця, можна тільки навчити її деяким знанням і навичкам, створити необхідні умови для підприємництва. У положеннях багатьох вчених підприємець трактується як певний соціально-психологічний тип суб'єкта господарювання. Рушійні сили підприємництва значною мірою полягають у самій людині, її ініціативі, активності, здібностях. Бізнес – це жорстка конкуренція, постійна напруга, азарт боротьби і самоствердження як у спорті, актуалізація своїх здібностей і обдарованості, як у художній творчості [87].

Таким чином, для досягнення успіху в підприємницькій діяльності необхідні певні **риса особистості та ділові якості**:

- ініціативність, рішучість, сміливість, азартність, схильність до розумного ризику, наполегливість, незалежність, самостійність, відповідальність;
- честолюбність, мобільність, прагнення до нового, вміння передбачати, адаптуватись до змін;
- оптимізм, вміння протидіяти невдачам;
- комунікабельність, вміння працювати з людьми, встановлювати зв'язки впливати на людей, впевнювати;
- самовіддача, фанатичне захоплення ділом, працьовитість (підприємець повинен працювати більше, ніж його працівники, уміти витримувати високе навантаження, працювати по 12–16 годин на добу);
- порядність і чесність, надійність, вірність даному слову, які перш за все цінуються у цивілізованому підприємстві;
- висока компетентність та ерудиція. Підприємець повинен володіти знаннями з технології, економіки, психології, інноватики, політики, юриспруденції, фінансів, маркетингу; вміти організувати взаємодію різних спеціалістів, тобто бути універсалом.

На думку західних вчених, підприємці – це «цвіт нації», її «золотий запас».

Як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються жінки займають все більш стійкі позиції в бізнесі. Сучасна бізнес-леді – це особливий тип жінки. Це жінка, дії якої визначаються її внутрішньою мотивацією, тягою до самореалізації, мало підвладна впливу ззовні. Але не дивлячись на їх успіхи, чоловіки не готові визнавати їх рівними. На Заході великого поширення набула так звана теорія «скляної стелі», під якою розуміється невидима, але реальна перешкода, на яку натрапляє жінка-лідер, що намагається досягти успіху. На думку психологів, чоловіки та жінки мають рівні можливості для ефективного управління підприємством, але є і відмінності. Чоловіки в управлінні більш схильні до стилю делегування, тобто вони розподіляють завдання, і кожен займається своєю справою. Жінки-керівники, як правило, використовують ті стилі лідерства, які найбільш ефективні в кожній конкретній ситуації, не бу-

дучи прихильниками того або іншого стилю. Чоловіків відрізняє стратегічне бачення процесів, рішучість, спрямованість на мету, а жінка йде крок за кроком, вона дуже відповідальна і надійна. Жінки в управлінні вважають за краще більше вникати в деталі, більше орієнтуються на персональні здібності працівників, прагнуть підтримувати позитивний емоційний настрій, що впливає на ефективність роботи. [50].

Враховуючи уявлення про особливі риси підприємця доцільно зробити деякі практичні висновки. Перед започаткуванням бізнесу потрібно з'ясувати, чи може та чи інша конкретна людина, що створює власну справу, бути підприємцем. Здатність людини до підприємництва може бути орієнтовно визначена із врахуванням соціально-психологічних якостей індивіда згідно з тестом, наведеним в таблиці 7.2.

Для користування цим тестом потрібно у кожній з горизонтальних граф відшукати те визначення якостей індивіда, яке найбільш йому відповідає, помітити його цифрою кожної вертикальної колонки (4,3,2,1). Після підсумування цих цифр оцінка потенціалу володіння і управління власною справою може бути:

- відмінною (25–28);
- дуже доброю (21–24);
- доброю (17–20);
- середньою (13–16);
- поганою (12 та нижче).

7.3 Культура та етика підприємницької діяльності

У своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватися встановленими в усіх цивілізованих країнах нормами поведінки. **Культура підприємницької діяльності** – сукупність прогресивних гуманістичних матеріально-духовних досягнень в управлінні виробничими процесами та економічними відносинами між людьми. [107]. Господарська діяльність підприємця, фірми має здійснюватись відповідно до етичних, духовних критеріїв поведінки культурного середовища. Морально-етичні норми повинні завжди мати перевагу перед економічними інтересами.

Культура підприємництва включає такі складові: правила і норми діяльності, звичаї і традиції, особливості поведінки, взаємовідносин працівників даного підприємства, стилю керівництва, комунікаційні зв'язки у середині підприємства, так і з іншими підприємницькими структурами. Культура організації підприємницької діяльності не тільки забезпечує високий престиж підприємству, а й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості товарів та послуг, збільшенню доходів. Залежно від галузі, регіону, історії підприємства, персоналу кожне підприємство має свою культуру.

дучи прихильниками того або іншого стилю. Чоловіків відрізняє стратегічне бачення процесів, рішучість, спрямованість на мету, а жінка йде крок за кроком, вона дуже відповідальна і надійна. Жінки в управлінні вважають за краще більше вникати в деталі, більше орієнтуються на персональні здібності працівників, прагнуть підтримувати позитивний емоційний настрій, що впливає на ефективність роботи. [50].

Враховуючи уявлення про особливі риси підприємця доцільно зробити деякі практичні висновки. Перед започаткуванням бізнесу потрібно з'ясувати, чи може та чи інша конкретна людина, що створює власну справу, бути підприємцем. Здатність людини до підприємництва може бути орієнтовно визначена із врахуванням соціально-психологічних якостей індивіда згідно з тестом, наведеним в таблиці 7.2.

Для користування цим тестом потрібно у кожній з горизонтальних граф відшукати те визначення якостей індивіда, яке найбільш йому відповідає, помітити його цифрою кожної вертикальної колонки (4,3,2,1). Після підсумування цих цифр оцінка потенціалу володіння і управління власною справою може бути:

- відмінною (25–28);
- дуже доброю (21–24);
- доброю (17–20);
- середньою (13–16);
- поганою (12 та нижче).

7.3 Культура та етика підприємницької діяльності

У своїй діяльності підприємець має обов'язково керуватися встановленими в усіх цивілізованих країнах нормами поведінки. **Культура підприємницької діяльності** – сукупність прогресивних гуманістичних матеріально-духовних досягнень в управлінні виробничими процесами та економічними відносинами між людьми. [107]. Господарська діяльність підприємця, фірми має здійснюватись відповідно до етичних, духовних критеріїв поведінки культурного середовища. Морально-етичні норми повинні завжди мати перевагу перед економічними інтересами.

Культура підприємництва включає такі складові: правила і норми діяльності, звичаї і традиції, особливості поведінки, взаємовідносин працівників даного підприємства, стилю керівництва, комунікаційні зв'язки у середині підприємства, так і з іншими підприємницькими структурами. Культура організації підприємницької діяльності не тільки забезпечує високий престиж підприємству, а й сприяє підвищенню ефективності виробництва, поліпшенню якості товарів та послуг, збільшенню доходів. Залежно від галузі, регіону, історії підприємства, персоналу кожне підприємство має свою культуру.

Таблиця 7.2 – Приклад оцінювання здатності людини до підприємництва [107]

Якості	Шкала оцінювання			
	4	3	2	1
1. Ініціатива	Шукає додаткові завдання, дуже щирий	Винахідливий при виконанні завдань	Виконує потрібний обсяг робіт без вказівок керівництва	Безініціативний чекає вказівок
2. Ставлення до інших	Позитивне, дружнє ставлення до людей	Приємний у поведженні	Іноді з ним складно працювати	Некомунікабельний
3. Лідерство	Сильний, викликає впевненість і довіру	Вміло віддає ефективні накази	Провідний	Покірний
4. Відповідальність	Виявляє відповідальність	Погоджується із дорученнями	Неохоче погоджується із дорученнями	Ухиляється від будь-яких доручень
5. Організаторські здібності	Дуже здібний у переконанні людей і логічному міркуванні	Здібний організатор	Середні організаторські здібності	Поганий організатор
6. Рішучість	Швидкий і точний	Надійний і обережний	Швидкий, але часто робить помилки	Сумнівається і вагається
7. Наполегливість	Цілеспрямований	Докладає постійні зусилля	Середній рівень наполегливості	Майже ніякої наполегливості

Таблиця 7.2 – Приклад оцінювання здатності людини до підприємництва [107]

Якості	Шкала оцінювання			
	4	3	2	1
1. Ініціатива	Шукає додаткові завдання, дуже щирий	Винахідливий при виконанні завдань	Виконує потрібний обсяг робіт без вказівок керівництва	Безініціативний чекає вказівок
2. Ставлення до інших	Позитивне, дружнє ставлення до людей	Приємний у поведженні	Іноді з ним складно працювати	Некомунікабельний
3. Лідерство	Сильний, викликає впевненість і довіру	Вміло віддає ефективні накази	Провідний	Покірний
4. Відповідальність	Виявляє відповідальність	Погоджується із дорученнями	Неохоче погоджується із дорученнями	Ухиляється від будь-яких доручень
5. Організаторські здібності	Дуже здібний у переконанні людей і логічному міркуванні	Здібний організатор	Середні організаторські здібності	Поганий організатор
6. Рішучість	Швидкий і точний	Надійний і обережний	Швидкий, але часто робить помилки	Сумнівається і вагається
7. Наполегливість	Цілеспрямований	Докладає постійні зусилля	Середній рівень наполегливості	Майже ніякої наполегливості

Рисами організаційної культури підприємця, крім уміння приймати ефективні рішення, є зовнішній вигляд, грамотність мови, комунікабельність, дружнє ставлення до кожного працівника, гарний настрій, задоволеність працівників умовами праці, позитивний імідж у підприємницькому середовищі.

Елементи підприємницької культури формуються як під впливом досвіду діяльності даного підприємства, так і в результаті настанов його лідерів. Вона складається роками та постійно вдосконалюється. Зміни в культурі підприємництва відбуваються відповідно до нових уявлень про цінності. Проведені дослідження показують, що значення таких цінностей, як самовизначення, орієнтація на потреби, творчість, розкриття особистості, здатність до компромісу, передбачуваність поведінки, надійність, стабільність, фахові здібності, зростає. Обов'язкові елементи підприємницької культури [70]:

- законність, дотримання чинних правових актів, стандартів, правил, норм;
- виконання зобов'язань та обов'язків, які виходять з договірних відносин, із традицій ділового спілкування;
- чесність у ставленні до суб'єктів свого бізнесу, споживачів, партнерів, держави.

Процвітаючі фірми мають високу культуру й особливий стиль поведінки. Відомо, що за кордоном дуже часто великі угоди здійснюються по телефону. Водночас, відомо також, що інвестиції в Україну надаються іноземними інвесторами не дуже охоче, оскільки вітчизняні підприємці не завжди дотримуються не тільки слова, а й підписаних контрактів, порушують етичні принципи ведення бізнесу, ділову етику.

Ділова етика – це система загальних етичних норм і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх спілкування і взаємодії. Вона виявляється як на мікрорівні – це моральні відносини в організаціях, так і на макрорівні – це моральні відносини між суб'єктами господарської діяльності [159]. Ділова етика регулює відносини підприємця, менеджера зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками, державою тощо. Зокрема, покриття збитків партнеру, споживачу в разі заподіяння шкоди, запобігання порушенням вільної конкуренції; додержання правил та норм, що стосуються реклами, використання товарних знаків, обов'язкове дотримання стандартів та вимог щодо сертифікації продукції, забезпечення інтересів споживачів, дотримання партнерських відносин, побудованих на довірі, чесності, вмінні тримати своє слово; виключення обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера та ін., а також забезпечення етичного ставлення підприємця до своїх працівників, повага до людей та почуття гуманності. Окремі норми ділової етики включаються в умови договорів, як наприклад: сумлінне виконання зобов'язань, дотримання інтересів контрагента, умов договору та ін.

Рисами організаційної культури підприємця, крім уміння приймати ефективні рішення, є зовнішній вигляд, грамотність мови, комунікабельність, дружнє ставлення до кожного працівника, гарний настрій, задоволеність працівників умовами праці, позитивний імідж у підприємницькому середовищі.

Елементи підприємницької культури формуються як під впливом досвіду діяльності даного підприємства, так і в результаті настанов його лідерів. Вона складається роками та постійно вдосконалюється. Зміни в культурі підприємництва відбуваються відповідно до нових уявлень про цінності. Проведені дослідження показують, що значення таких цінностей, як самовизначення, орієнтація на потреби, творчість, розкриття особистості, здатність до компромісу, передбачуваність поведінки, надійність, стабільність, фахові здібності, зростає. Обов'язкові елементи підприємницької культури [70]:

- законність, дотримання чинних правових актів, стандартів, правил, норм;
- виконання зобов'язань та обов'язків, які виходять з договірних відносин, із традицій ділового спілкування;
- чесність у ставленні до суб'єктів свого бізнесу, споживачів, партнерів, держави.

Процвітаючі фірми мають високу культуру й особливий стиль поведінки. Відомо, що за кордоном дуже часто великі угоди здійснюються по телефону. Водночас, відомо також, що інвестиції в Україну надаються іноземними інвесторами не дуже охоче, оскільки вітчизняні підприємці не завжди дотримуються не тільки слова, а й підписаних контрактів, порушують етичні принципи ведення бізнесу, ділову етику.

Ділова етика – це система загальних етичних норм і правил поведінки суб'єктів підприємницької діяльності, їх спілкування і взаємодії. Вона виявляється як на мікрорівні – це моральні відносини в організаціях, так і на макрорівні – це моральні відносини між суб'єктами господарської діяльності [159]. Ділова етика регулює відносини підприємця, менеджера зі своїми партнерами, конкурентами, клієнтами, працівниками, державою тощо. Зокрема, покриття збитків партнеру, споживачу в разі заподіяння шкоди, запобігання порушенням вільної конкуренції; додержання правил та норм, що стосуються реклами, використання товарних знаків, обов'язкове дотримання стандартів та вимог щодо сертифікації продукції, забезпечення інтересів споживачів, дотримання партнерських відносин, побудованих на довірі, чесності, вмінні тримати своє слово; виключення обману, безвідповідальності, зловживань довірою партнера та ін., а також забезпечення етичного ставлення підприємця до своїх працівників, повага до людей та почуття гуманності. Окремі норми ділової етики включаються в умови договорів, як наприклад: сумлінне виконання зобов'язань, дотримання інтересів контрагента, умов договору та ін.

У всьому світі все більше приділяють уваги етичним проблемам. У розвинутих країнах загальноприйнято, що питання ділової етики, соціальної відповідальності хвилюють підприємця так само як і ефективність виробництва. У міжнародній комерційній практиці етика бізнесу – це сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах. З міжнародних етико-правових норм повинні виходити багатосторонні угоди, резолюції, декларації, документи, що виробляються міжнародними економічними організаціями, до яких приєдналася країна – учасниця міжнародної угоди [62].

Джим Коллінз у книзі «Від хорошого до великого» [85], яка за рейтингом увійшла до кращих бізнес-книжок, писав: «поєднуючи культуру дисципліни з етикою підприємництва, ви отримуєте магію видатних результатів». Серед тих, хто займається бізнесом, є чимало таких, хто перебуває у суперечності із законодавством та етичними вимогами. Однією з причин є криза довіри як морально-психологічної основи ділових взаємин. У нашому суспільстві підприємницька діяльність асоціюється з жорсткою поведінкою щодо партнерів, досягненням цілей будь-якими засобами. Але ж бізнес може бути успішним тільки тоді, коли його суб'єкти керуються загальнолюдськими моральними цінностями. Інакше рано чи пізно партнери підуть геть, клієнти втратять довіру. Розвинені країни світу дуже піклуються про підтримання позитивного іміджу своїх компаній. Кращі організації викладають свої морально-етичні норми і правила у формі кодексів. **Кодекс етики в бізнесі** – це зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними [62]. Вважають, що родоначальниками корпоративних кодексів були японські компанії, які довели регламентування поведінки працівників до абсолюту. Потім кодекси почали широко впроваджуватися у Сполучених Штатах Америки, у них крім загальних положень про етику ринку та бізнесу було включено етичні норми, які стосувалися поведінки її працівників. Цими нормами заборонялися хабарі, шахрайство, подарунки, виплати незаконно отриманих грошей, розпалення конфліктів, розкриття секретів компанії, використання інформації, отриманої на довірливих умовах, протиправна поведінка заради інтересів фірми.

Засновник відомої американської компанії ІВМ, Т. Дж. Уотсон розробив кодекс поведінки працівників, принципи якого дуже прості: 1) кожна людина заслуговує на повагу; 2) кожний клієнт компанії має право на особливу увагу та найкраще обслуговування; 3) все, що робиться в компанії, повинно постійно вдосконалюватися. Встановлених етичних принципів дотримуються й нині всі працівники компанії – від адміністраторів

У всьому світі все більше приділяють уваги етичним проблемам. У розвинутих країнах загальноприйнято, що питання ділової етики, соціальної відповідальності хвилюють підприємця так само як і ефективність виробництва. У міжнародній комерційній практиці етика бізнесу – це сукупність норм і правил, розроблених і прийнятих на багатосторонній основі, які визначають відносини між господарськими суб'єктами різних країн, що виступають контрагентами в міжнародних угодах. З міжнародних етико-правових норм повинні виходити багатосторонні угоди, резолюції, декларації, документи, що виробляються міжнародними економічними організаціями, до яких приєдналася країна – учасниця міжнародної угоди [62].

Джим Коллінз у книзі «Від хорошого до великого» [85], яка за рейтингом увійшла до кращих бізнес-книжок, писав: «поєднуючи культуру дисципліни з етикою підприємництва, ви отримуєте магію видатних результатів». Серед тих, хто займається бізнесом, є чимало таких, хто перебуває у суперечності із законодавством та етичними вимогами. Однією з причин є криза довіри як морально-психологічної основи ділових взаємин. У нашому суспільстві підприємницька діяльність асоціюється з жорсткою поведінкою щодо партнерів, досягненням цілей будь-якими засобами. Але ж бізнес може бути успішним тільки тоді, коли його суб'єкти керуються загальнолюдськими моральними цінностями. Інакше рано чи пізно партнери підуть геть, клієнти втратять довіру. Розвинені країни світу дуже піклуються про підтримання позитивного іміджу своїх компаній. Кращі організації викладають свої морально-етичні норми і правила у формі кодексів. **Кодекс етики в бізнесі** – це зведення моральних принципів, моральних норм і правил поведінки однієї особи або групи осіб, що визначає оцінку їхніх дій з погляду взаємовідносин з іншими суб'єктами бізнесу, відносин у колективі і в суспільстві на основі дотримання моральних норм і принципів, які розділяються ними [62]. Вважають, що родоначальниками корпоративних кодексів були японські компанії, які довели регламентування поведінки працівників до абсолюту. Потім кодекси почали широко впроваджуватися у Сполучених Штатах Америки, у них крім загальних положень про етику ринку та бізнесу було включено етичні норми, які стосувалися поведінки її працівників. Цими нормами заборонялися хабарі, шахрайство, подарунки, виплати незаконно отриманих грошей, розпалення конфліктів, розкриття секретів компанії, використання інформації, отриманої на довірливих умовах, протиправна поведінка заради інтересів фірми.

Засновник відомої американської компанії ІВМ, Т. Дж. Уотсон розробив кодекс поведінки працівників, принципи якого дуже прості: 1) кожна людина заслуговує на повагу; 2) кожний клієнт компанії має право на особливу увагу та найкраще обслуговування; 3) все, що робиться в компанії, повинно постійно вдосконалюватися. Встановлених етичних принципів дотримуються й нині всі працівники компанії – від адміністраторів

найвищого рангу до підсобників. Мабуть тому за роки існування IBM тут нікого не звільнили через скорочення програм, штатів, асортименту продукції або бюджету. Принципи, корпоративна культура «IBM» залучають потрібних людей не менше, ніж фінансові умови наймання.

Етичний кодекс може мати будь-яка організація – як велика корпорація, так і нечисленна структура. Кожна компанія розробляє свій кодекс і дає йому свою назву, наприклад: «Кодекс ділової етики» «Проктор енд Гембл» (Procter and Gambl), «Кодекс принципів ділової етики» «Юнілевер» (Unilever), «Зведення правил ділової етики» (Галф), «Зведення загальних ділових принципів компанії «Ройял-датч-Шелл» (Royal Dutch Shell), «Кодекс ділової поведінки» «Кока-кола» (Coca Cola). За оцінкою журналу Fortune в США 450 з 500 кращих американських компаній і майже 50 % всіх інших мають етичні кодекси [62]. Корпоративні кодекси в організаціях виконують такі основні функції [159]:

- управлінську – регламентують поведінку персоналу, пріоритети у взаємодії з клієнтами, акціонерами, партнерами, конкурентами, зовнішнім середовищем; визначають порядок прийняття рішення та неприйнятні форми поведінки;

- розвитку корпоративної культури в організації – транслиують корпоративні цінності, орієнтують працівників на єдині корпоративні цілі, тим самим підвищують корпоративну ідентичність працівників;

- репутаційну – формують довіру до організації з боку зовнішнього середовища, підвищують її інвестиційну привабливість.

Як правило, корпоративні кодекси мають дві частини: ідеологічну та нормативну. В ідеологічній частині закладається філософія організації (формулюються місія, цілі та цінності). Вона включає в себе етичні принципи, покладені в основу мислення та діяльності керівництва. Формування цих ключових принципів має головною метою створити певний образ організації, викласти те, що сприятиме її репутації. Нормативна частина (тут викладаються стандарти поведінки різних груп працівників, регламентуються норми їх спілкування та взаємодії) містить у собі положення, які відображують принципи і правила ділової поведінки в конкретній організації, відповідальність адміністрації щодо працівників, регламентують взаємини з навколишнім середовищем – клієнтами, акціонерами, партнерами, конкурентами.

Якщо організація закріпила свою філософію у вигляді кодексу, то для перетворення задекларованих принципів у життя потрібно, щоб: керівництво організації, її менеджери щодня їх виконували, показуючи особистий приклад; впровадження принципів тісно пов'язувалось із системою матеріального та морального заохочення працівників; мотивацією працівників, філософія доводилася до споживачів.

Професійні кодекси виходять із професійної етики і регулюють відносини у професійних спільнотах та ефективні для «вільних професій».

найвищого рангу до підсобників. Мабуть тому за роки існування IBM тут нікого не звільнили через скорочення програм, штатів, асортименту продукції або бюджету. Принципи, корпоративна культура «IBM» залучають потрібних людей не менше, ніж фінансові умови наймання.

Етичний кодекс може мати будь-яка організація – як велика корпорація, так і нечисленна структура. Кожна компанія розробляє свій кодекс і дає йому свою назву, наприклад: «Кодекс ділової етики» «Проктор енд Гембл» (Procter and Gambl), «Кодекс принципів ділової етики» «Юнілевер» (Unilever), «Зведення правил ділової етики» (Галф), «Зведення загальних ділових принципів компанії «Ройял-датч-Шелл» (Royal Dutch Shell), «Кодекс ділової поведінки» «Кока-кола» (Coca Cola). За оцінкою журналу Fortune в США 450 з 500 кращих американських компаній і майже 50 % всіх інших мають етичні кодекси [62]. Корпоративні кодекси в організаціях виконують такі основні функції [159]:

- управлінську – регламентують поведінку персоналу, пріоритети у взаємодії з клієнтами, акціонерами, партнерами, конкурентами, зовнішнім середовищем; визначають порядок прийняття рішення та неприйнятні форми поведінки;

- розвитку корпоративної культури в організації – транслиують корпоративні цінності, орієнтують працівників на єдині корпоративні цілі, тим самим підвищують корпоративну ідентичність працівників;

- репутаційну – формують довіру до організації з боку зовнішнього середовища, підвищують її інвестиційну привабливість.

Як правило, корпоративні кодекси мають дві частини: ідеологічну та нормативну. В ідеологічній частині закладається філософія організації (формулюються місія, цілі та цінності). Вона включає в себе етичні принципи, покладені в основу мислення та діяльності керівництва. Формування цих ключових принципів має головною метою створити певний образ організації, викласти те, що сприятиме її репутації. Нормативна частина (тут викладаються стандарти поведінки різних груп працівників, регламентуються норми їх спілкування та взаємодії) містить у собі положення, які відображують принципи і правила ділової поведінки в конкретній організації, відповідальність адміністрації щодо працівників, регламентують взаємини з навколишнім середовищем – клієнтами, акціонерами, партнерами, конкурентами.

Якщо організація закріпила свою філософію у вигляді кодексу, то для перетворення задекларованих принципів у життя потрібно, щоб: керівництво організації, її менеджери щодня їх виконували, показуючи особистий приклад; впровадження принципів тісно пов'язувалось із системою матеріального та морального заохочення працівників; мотивацією працівників, філософія доводилася до споживачів.

Професійні кодекси виходять із професійної етики і регулюють відносини у професійних спільнотах та ефективні для «вільних професій».

Професійна етика – це конкретно визначений набір моральних норм, який слугує керівництвом поведінки в тій чи іншій професійній діяльності. Кодекси професійної етики розробляють спілки підприємців, об'єднання банкірів, асоціації рекламних агентств тощо. На окремих підприємствах України створено етичні служби, а в деяких – протокольні служби, які забезпечують дотримання етикету у взаєминах з іноземцями, особливо під час встановлення контактів та проведення офіційних переговорів [159].

З поширенням міжнародних економічних відносин проблеми етичного регулювання бізнесу набули інтернаціонального характеру. У зв'язку з цим зусиллями ООН, Організації економічного співробітництва та розвитку, Міжнародної торгової палати було прийнято міжнародні зведення правил, що регулюють поведінку суб'єктів господарської діяльності, які займаються міжнародним бізнесом. Значну роботу в цьому напрямі веде і Рада Європи. Міжнародною торговою палатою було прийнято два зведених документи, адресованих підприємцям, про загальні норми поведінки інвесторів в іноземній державі та в боротьбі з корупцією. Особливого значення це питання набуло в зв'язку з розширенням діяльності транснаціональних компаній (ТНК), які через свою організаційну структуру не можуть бути об'єктом регулювання і підлягати праву однієї держави [62].

Таким чином, підприємницька етика базується на загальних етичних нормах та правилах поведінки, які склались у країні, світі, а також на професійній етиці, що виявляється в певній сфері діяльності.

Ділова людина повинна опанувати етикет, який є складовою підприємницької етики. **Етикет** підприємця включає такі складові [95]:

- 1) етику спілкування;
 - норми та правила коректної поведінки у стосунках зі своїми колегами та підлеглими, іншими підприємцями, споживачами;
 - правила взаємного привітання, представлення, знайомства;
 - правила організації бізнес-зустрічей та проведення ділових переговорів;
 - культуру службового листування;
 - знання міжнародного протоколу та національних особливостей під час ділових контактів.
- 2) вимоги до зовнішнього вигляду, манер, одягу, службового приміщення, робочого місця;
- 3) вимоги до мови;
- 4) етику реклами;
- 5) створення позитивного іміджу.

У процесі підприємницької діяльності виникають такі види стосунків: між керівником та підлеглими; між співробітниками; стосунки з конкурентами; стосунки з клієнтами, постачальниками, посередниками). Етичні проблеми підприємців постійно виникають і розв'язуються насамперед зі споживачами та партнерами. Головне в стосунках –

Професійна етика – це конкретно визначений набір моральних норм, який слугує керівництвом поведінки в тій чи іншій професійній діяльності. Кодекси професійної етики розробляють спілки підприємців, об'єднання банкірів, асоціації рекламних агентств тощо. На окремих підприємствах України створено етичні служби, а в деяких – протокольні служби, які забезпечують дотримання етикету у взаєминах з іноземцями, особливо під час встановлення контактів та проведення офіційних переговорів [159].

З поширенням міжнародних економічних відносин проблеми етичного регулювання бізнесу набули інтернаціонального характеру. У зв'язку з цим зусиллями ООН, Організації економічного співробітництва та розвитку, Міжнародної торгової палати було прийнято міжнародні зведення правил, що регулюють поведінку суб'єктів господарської діяльності, які займаються міжнародним бізнесом. Значну роботу в цьому напрямі веде і Рада Європи. Міжнародною торговою палатою було прийнято два зведених документи, адресованих підприємцям, про загальні норми поведінки інвесторів в іноземній державі та в боротьбі з корупцією. Особливого значення це питання набуло в зв'язку з розширенням діяльності транснаціональних компаній (ТНК), які через свою організаційну структуру не можуть бути об'єктом регулювання і підлягати праву однієї держави [62].

Таким чином, підприємницька етика базується на загальних етичних нормах та правилах поведінки, які склались у країні, світі, а також на професійній етиці, що виявляється в певній сфері діяльності.

Ділова людина повинна опанувати етикет, який є складовою підприємницької етики. **Етикет** підприємця включає такі складові [95]:

- 1) етику спілкування;
 - норми та правила коректної поведінки у стосунках зі своїми колегами та підлеглими, іншими підприємцями, споживачами;
 - правила взаємного привітання, представлення, знайомства;
 - правила організації бізнес-зустрічей та проведення ділових переговорів;
 - культуру службового листування;
 - знання міжнародного протоколу та національних особливостей під час ділових контактів.
- 2) вимоги до зовнішнього вигляду, манер, одягу, службового приміщення, робочого місця;
- 3) вимоги до мови;
- 4) етику реклами;
- 5) створення позитивного іміджу.

У процесі підприємницької діяльності виникають такі види стосунків: між керівником та підлеглими; між співробітниками; стосунки з конкурентами; стосунки з клієнтами, постачальниками, посередниками). Етичні проблеми підприємців постійно виникають і розв'язуються насамперед зі споживачами та партнерами. Головне в стосунках –

обов'язковість і точність. Стосунки з конкурентами можна поділити на м'які та жорсткі. Доцільно спочатку використовувати м'які методи (розподіл ринку збуту, об'єднання, викуп, посилення реклами). Якщо конкурент налаштований дуже агресивно, підприємець звертається до жорстких методів (перехоплення спеціалістів, технології, постачальників, посередників, клієнтів конкурента; гласна експертиза його товарів). Етичні взаємовідносини підприємців як власників справи, пов'язані також з найманими працівниками. Важливе значення у розвитку цивілізованого підприємства мають відносини із суспільством. Всі ці стосунки істотно впливають на рівень підприємницького успіху.

Формами спілкування є ділова бесіда (особиста, службова), загальні збори, наради (інформаційні, дискусійні), переговори, телефонна розмова, листування.

Існує певний порядок ведення наради, телефонної розмови, листування, переговорів, прийомів, розв'язання конфліктів [78, 87, 91, 128, 159, 166 та ін.].

Необхідні якості співрозмовника – культура мови, вміння слухати (зі співчуттям, за допомогою немовних засобів – погляду, міміки, нахилу голови), висловлювати свою думку. Будь-яка фірма найбільше цінує таких партнерів та працівників, які не тільки мають професійний досвід, але і є достатньо комунікабельними, добре вихованими, доброзичливими, тактовними, вміють керувати своїми емоціями. Такий імідж підприємця значною мірою сприяє успіху його справи.

Ділова культура та етика, які формуються в організації, багато в чому залежать від менталітету народу. Так, корпоративні цінності в американській діловій культурі сфокусовані на більш повне розкриття власних сил і можливостей людини. Специфіка ж російського менталітету будується на перевазі моральних цінностей над правовими, духовних над матеріальними. Менталітет українців набагато більш скептичний та недовірливий, ніж свідомість росіян. Вони шанують традиції, закладені минулими поколіннями, поважають сім'ю, громаду. Водночас українці пасивні, заздрісні, мають розсудливий аналітичний розум і не дуже зважають на великі спільноти. Відзначається, що здатність українців до глибокого спілкування – велика перевага, яка допомагає створювати сильні й ефективно діючі команди. Останнім часом і в Росії, і в Україні відбувається рух до зростання індивідуалізму з орієнтацією на особистість, тобто потяг до американського та північно-європейського менталітету. Проте далеко не завжди запозичений досвід в Україні дає позитивні результати. Керівникам підприємств важливо не ігнорувати специфіку своєї національної культури, виробляти свій національний підхід до менеджменту та бізнесу [159].

В Україні набуває поширення співпраця підприємців з іноземними партнерами. Для того щоб **діловий контакт з іноземцями** був успішним, слід планувати та реалізовувати кожен його фазу, виходячи із ро-

обов'язковість і точність. Стосунки з конкурентами можна поділити на м'які та жорсткі. Доцільно спочатку використовувати м'які методи (розподіл ринку збуту, об'єднання, викуп, посилення реклами). Якщо конкурент налаштований дуже агресивно, підприємець звертається до жорстких методів (перехоплення спеціалістів, технології, постачальників, посередників, клієнтів конкурента; гласна експертиза його товарів). Етичні взаємовідносини підприємців як власників справи, пов'язані також з найманими працівниками. Важливе значення у розвитку цивілізованого підприємства мають відносини із суспільством. Всі ці стосунки істотно впливають на рівень підприємницького успіху.

Формами спілкування є ділова бесіда (особиста, службова), загальні збори, наради (інформаційні, дискусійні), переговори, телефонна розмова, листування.

Існує певний порядок ведення наради, телефонної розмови, листування, переговорів, прийомів, розв'язання конфліктів [78, 87, 91, 128, 159, 166 та ін.].

Необхідні якості співрозмовника – культура мови, вміння слухати (зі співчуттям, за допомогою немовних засобів – погляду, міміки, нахилу голови), висловлювати свою думку. Будь-яка фірма найбільше цінує таких партнерів та працівників, які не тільки мають професійний досвід, але і є достатньо комунікабельними, добре вихованими, доброзичливими, тактовними, вміють керувати своїми емоціями. Такий імідж підприємця значною мірою сприяє успіху його справи.

Ділова культура та етика, які формуються в організації, багато в чому залежать від менталітету народу. Так, корпоративні цінності в американській діловій культурі сфокусовані на більш повне розкриття власних сил і можливостей людини. Специфіка ж російського менталітету будується на перевазі моральних цінностей над правовими, духовних над матеріальними. Менталітет українців набагато більш скептичний та недовірливий, ніж свідомість росіян. Вони шанують традиції, закладені минулими поколіннями, поважають сім'ю, громаду. Водночас українці пасивні, заздрісні, мають розсудливий аналітичний розум і не дуже зважають на великі спільноти. Відзначається, що здатність українців до глибокого спілкування – велика перевага, яка допомагає створювати сильні й ефективно діючі команди. Останнім часом і в Росії, і в Україні відбувається рух до зростання індивідуалізму з орієнтацією на особистість, тобто потяг до американського та північно-європейського менталітету. Проте далеко не завжди запозичений досвід в Україні дає позитивні результати. Керівникам підприємств важливо не ігнорувати специфіку своєї національної культури, виробляти свій національний підхід до менеджменту та бізнесу [159].

В Україні набуває поширення співпраця підприємців з іноземними партнерами. Для того щоб **діловий контакт з іноземцями** був успішним, слід планувати та реалізовувати кожен його фазу, виходячи із ро-

зуміння специфічних особливостей кожної з культур. Будь-які ділові контакти з іноземними партнерами складаються із таких фаз: підготовка контакту; програмування контакту; реалізація контакту; прийняття рішення, підбиття підсумків контакту. Представники різних країн поведуться на різних фазах встановлення контакту відповідно до особливостей своїх ділових культур [159].

Так, на першій фазі – підготовка контакту – представники моноактивної культури німці, швейцарці, англійці, американці, шведи використовуватимуть найбільш достовірні джерела інформації, щоб уникнути неправильного трактування фактів. Представники поліактивної культури (італійці, іспанці, португальці, бразильці, французи, араби) орієнтуватимуться на отримання попередньої інформації під час особистих зустрічей та бесід. Представники реактивної культури (японці, китайці, турки, фіни) попередньо вивчать бази даних та друковану продукцію й уважно слухатимуть партнерів.

На другій фазі – програмування контакту – представники моноактивної культури будуть зосереджені тільки на цій справі і виконуватимуть усі дії в чітко заплановані терміни; поліактивної культури – зневажливо ставитимуться до попередньо розроблених планів та інструкцій, у тому числі до обумовлених термінів, виконуватимуть кілька справ одночасно; реактивної культури – плануватимуть розгляд пропозицій на кількох циклічних етапах, накопичуючи інформацію та досвід від етапу до етапу.

На третій фазі – реалізації контакту – представники моноактивної культури дотримуватимуться накресленого плану (графіку, схеми) дій відповідно до інструкцій і вимагатимуть цього від інших. Основний спосіб комунікації для них – діалог. На переговорах вони поведуться спокійно, не зловживають невербальними засобами, є активними й терплячими слухачами. Комфортний простір для їхнього спілкування повинен бути не менше ніж 1,2 м. Представники полі-активної культури намагатимуться встановити міжособистісні взаємини, реалізувати неформальні зв'язки. Основний спосіб комунікації для них – діалог, але при цьому поводитимуться емоційно, багатослівно, використовуватимуть багато жестів та міміки. Комфортний простір для їхнього спілкування – 0,5 м. Представники реактивної культури поводитимуться ввічливо та з повагою до інших з огляду на статус учасників переговорів, будуть уважними слухачами. Основний спосіб комунікації – монолог – пауза – роздуми – монолог. Вони не допускають багато жестів, бурхливих проявів емоцій, уникають прямих поглядів. Комфортний простір для їхнього спілкування – 1,2 м.

На четвертій фазі – прийняття рішення, підбиття підсумків – у представників моноактивної культури рішення приймається керівником, який спирається на колективну роботу підлеглих; у представників полі-активної культури важливу роль відіграють статус, вік, репутація і нерідко матеріальний стан учасників спілкування і при прийнятті рішення враховуються

зуміння специфічних особливостей кожної з культур. Будь-які ділові контакти з іноземними партнерами складаються із таких фаз: підготовка контакту; програмування контакту; реалізація контакту; прийняття рішення, підбиття підсумків контакту. Представники різних країн поведуться на різних фазах встановлення контакту відповідно до особливостей своїх ділових культур [159].

Так, на першій фазі – підготовка контакту – представники моноактивної культури німці, швейцарці, англійці, американці, шведи використовуватимуть найбільш достовірні джерела інформації, щоб уникнути неправильного трактування фактів. Представники поліактивної культури (італійці, іспанці, португальці, бразильці, французи, араби) орієнтуватимуться на отримання попередньої інформації під час особистих зустрічей та бесід. Представники реактивної культури (японці, китайці, турки, фіни) попередньо вивчать бази даних та друковану продукцію й уважно слухатимуть партнерів.

На другій фазі – програмування контакту – представники моноактивної культури будуть зосереджені тільки на цій справі і виконуватимуть усі дії в чітко заплановані терміни; поліактивної культури – зневажливо ставитимуться до попередньо розроблених планів та інструкцій, у тому числі до обумовлених термінів, виконуватимуть кілька справ одночасно; реактивної культури – плануватимуть розгляд пропозицій на кількох циклічних етапах, накопичуючи інформацію та досвід від етапу до етапу.

На третій фазі – реалізації контакту – представники моноактивної культури дотримуватимуться накресленого плану (графіку, схеми) дій відповідно до інструкцій і вимагатимуть цього від інших. Основний спосіб комунікації для них – діалог. На переговорах вони поведуться спокійно, не зловживають невербальними засобами, є активними й терплячими слухачами. Комфортний простір для їхнього спілкування повинен бути не менше ніж 1,2 м. Представники полі-активної культури намагатимуться встановити міжособистісні взаємини, реалізувати неформальні зв'язки. Основний спосіб комунікації для них – діалог, але при цьому поводитимуться емоційно, багатослівно, використовуватимуть багато жестів та міміки. Комфортний простір для їхнього спілкування – 0,5 м. Представники реактивної культури поводитимуться ввічливо та з повагою до інших з огляду на статус учасників переговорів, будуть уважними слухачами. Основний спосіб комунікації – монолог – пауза – роздуми – монолог. Вони не допускають багато жестів, бурхливих проявів емоцій, уникають прямих поглядів. Комфортний простір для їхнього спілкування – 1,2 м.

На четвертій фазі – прийняття рішення, підбиття підсумків – у представників моноактивної культури рішення приймається керівником, який спирається на колективну роботу підлеглих; у представників полі-активної культури важливу роль відіграють статус, вік, репутація і нерідко матеріальний стан учасників спілкування і при прийнятті рішення враховуються

як перспективи розвитку компанії, так і вигода для владних сімей. Представники реактивної культури використовують патерналістський метод прийняття рішень, пріоритетними для них є довгострокові цілі.

Таким чином, підприємцю, для того щоб успішно долати при спілкуванні з іноземцями ці та інші бар'єри на шляху до взаєморозуміння, необхідно [159]:

- по-перше, поважати історію, традиції та культуру народу розуміти як ті чи інші національні психологічні та культурні особливості позначаються на менеджменті конкретної країни, конкретної організації, враховувати це в своїй діяльності;

- по-друге, розвивати в собі постійний інтерес до вивчення культури того народу, з представниками якого доведеться мати справу.

Підприємці із світовим ім'ям вважають, що вивчення різних ділових культур – це не просто хороша ділова практика, а один з ключових аспектів конкурентоспроможності в майбутньому. Вони підкреслюють, що повага до культурних відмінностей між людьми – одна з найважливіших якостей успішного підприємця.

Велике значення міжурядовими організаціями, об'єднаннями підприємців різних країн надається питанням етичного регулювання **рекламної діяльності**, встановленню нормативів та етичних норм, які мають бути покладені в основу національного законодавства щодо реклами [121]. Міжнародною торговою палатою розроблено Міжнародний кодекс рекламної діяльності, яким керуються підприємці в 17 країнах. Кодекс встановлює стандарти етичної поведінки, яких мають притримуватись всі сторони, що пов'язані з рекламною діяльністю: рекламодавці, рекламовиробники, засоби масової інформації та інші розповсюджувачі. У ньому містяться етичні норми і стандарти рекламної діяльності, основні з них такі: реклама має бути законною, пристойною, чесною і правдивою; вона повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції, загальноприйнятим у комерційній діяльності; вона не повинна зловживати довірою громадськості та споживача і не повинна вводити споживача в оману.

Розумно організована реклама є насамперед засобом спілкування між виробниками і споживачами, партнерами у підприємницькій діяльності. Емпіричним шляхом обґрунтовані й сформульовані певні правила реклами, її етичні норми. Принципи чесної конкуренції полягають у тому, що будь-яке рекламне звернення не може [121]:

- містити твердження або зображення, що суперечать прийнятим у тому чи іншому суспільстві правилам моральності;

- зловживати довірою споживачів і використовувати їхню недосвідченість чи необізнаність;

- вводити в оману споживачів (клієнтів) стосовно властивостей і технології виготовлення товару, дати і країни продукування, ціни й умов придбання, післяпродажного сервісу і гарантій якості тощо;

як перспективи розвитку компанії, так і вигода для владних сімей. Представники реактивної культури використовують патерналістський метод прийняття рішень, пріоритетними для них є довгострокові цілі.

Таким чином, підприємцю, для того щоб успішно долати при спілкуванні з іноземцями ці та інші бар'єри на шляху до взаєморозуміння, необхідно [159]:

- по-перше, поважати історію, традиції та культуру народу розуміти як ті чи інші національні психологічні та культурні особливості позначаються на менеджменті конкретної країни, конкретної організації, враховувати це в своїй діяльності;

- по-друге, розвивати в собі постійний інтерес до вивчення культури того народу, з представниками якого доведеться мати справу.

Підприємці із світовим ім'ям вважають, що вивчення різних ділових культур – це не просто хороша ділова практика, а один з ключових аспектів конкурентоспроможності в майбутньому. Вони підкреслюють, що повага до культурних відмінностей між людьми – одна з найважливіших якостей успішного підприємця.

Велике значення міжурядовими організаціями, об'єднаннями підприємців різних країн надається питанням етичного регулювання **рекламної діяльності**, встановленню нормативів та етичних норм, які мають бути покладені в основу національного законодавства щодо реклами [121]. Міжнародною торговою палатою розроблено Міжнародний кодекс рекламної діяльності, яким керуються підприємці в 17 країнах. Кодекс встановлює стандарти етичної поведінки, яких мають притримуватись всі сторони, що пов'язані з рекламною діяльністю: рекламодавці, рекламовиробники, засоби масової інформації та інші розповсюджувачі. У ньому містяться етичні норми і стандарти рекламної діяльності, основні з них такі: реклама має бути законною, пристойною, чесною і правдивою; вона повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції, загальноприйнятим у комерційній діяльності; вона не повинна зловживати довірою громадськості та споживача і не повинна вводити споживача в оману.

Розумно організована реклама є насамперед засобом спілкування між виробниками і споживачами, партнерами у підприємницькій діяльності. Емпіричним шляхом обґрунтовані й сформульовані певні правила реклами, її етичні норми. Принципи чесної конкуренції полягають у тому, що будь-яке рекламне звернення не може [121]:

- містити твердження або зображення, що суперечать прийнятим у тому чи іншому суспільстві правилам моральності;

- зловживати довірою споживачів і використовувати їхню недосвідченість чи необізнаність;

- вводити в оману споживачів (клієнтів) стосовно властивостей і технології виготовлення товару, дати і країни продукування, ціни й умов придбання, післяпродажного сервісу і гарантій якості тощо;

– завдавати шкоди фірмам-конкурентам та їхній комерційній діяльності, прямо або опосередковано дискредитуючи їх;

– використовувати висловлювання або зображення приватних осіб без попередньої їхньої згоди; запозичувати композицію, текст, зображення, музику і звукові ефекти інших рекламних звернень без згоди відповідної фірми.

Для створення **позитивного іміджу** досить широко використовуються так звані PR-послуги – паблік рилейшнз, які полягають у формуванні позитивної громадської думки щодо певного суб'єкта. Головною метою паблік рилейшнз у сфері бізнесу є формування іміджу фірми (підприємства) та окремих підприємців як надійного партнера, постачальника високоякісних і потрібних товарів на вітчизняний і світовий ринки.

Форми паблік рилейшнз (публікації в пресі, виступи по радіо і телебаченню, виставки, презентації) залежать в основному від специфіки товарів (продуктів, послуг). Машина, устаткування, прилади потребують зовсім інших форм популяризації, ніж, наприклад, товари легкої та харчової промисловості. Для одних видів товарів потрібна інформація про технічні параметри, в іншому випадку достатньо поставити пляшку рекламного напою на стіл популярній особистості під час телеінтерв'ю. Від працівників, що займаються PR-послугами, вимагається не лише знання певних фахових правил здійснення цього специфічного виду діяльності, а й добрих організаторських здібностей та етичної поведінки. Варто зазначити, що кампанії з паблік рилейшнз є значно дешевшими і діють більш ефективно, ніж проста реклама. Найбільш поширеними методами співпраці із засобами масової інформації для паблік рилейшнз вважаються підготовка прес-релізів (англ. press-release – випуск для преси, інформаційне повідомлення), та проведення прес-конференцій [121].

Тільки культура підприємницької діяльності допомагає зберегти постійний інтерес партнерів і клієнтів. Але багато хто значно більш дбає про власну кишеню, ніж про свою репутацію. Для наших підприємців дуже часто важливі тільки досягнення своїх власних цілей без огляду на їх оцінку громадською думкою. Але справжнім є успіх, досягнутий через дії не проти інших, а спільно з іншими. У нашому суспільстві склалося два образи підприємця: позитивний, коли підприємців вважають героями сьогоденного дня, які взяли за корисну для суспільства ризиковану справу, та негативний, коли у підприємцях бачать рвачів, спекулянтів, шахраїв, які не хочуть працювати, а за гроші продають все: і честь, і совість. За кордоном розробляють реабілітаційні стратегії, які дозволяють змінити на краще відношення у суспільстві до підприємця. Вони включають наступні заходи:

- демонстративно ділитись своїм багатством, не користуватися ним тільки для себе;
- не дратувати людей його демонстрацією;
- демократизм, простота в особистому спілкуванні;

– завдавати шкоди фірмам-конкурентам та їхній комерційній діяльності, прямо або опосередковано дискредитуючи їх;

– використовувати висловлювання або зображення приватних осіб без попередньої їхньої згоди; запозичувати композицію, текст, зображення, музику і звукові ефекти інших рекламних звернень без згоди відповідної фірми.

Для створення **позитивного іміджу** досить широко використовуються так звані PR-послуги – паблік рилейшнз, які полягають у формуванні позитивної громадської думки щодо певного суб'єкта. Головною метою паблік рилейшнз у сфері бізнесу є формування іміджу фірми (підприємства) та окремих підприємців як надійного партнера, постачальника високоякісних і потрібних товарів на вітчизняний і світовий ринки.

Форми паблік рилейшнз (публікації в пресі, виступи по радіо і телебаченню, виставки, презентації) залежать в основному від специфіки товарів (продуктів, послуг). Машина, устаткування, прилади потребують зовсім інших форм популяризації, ніж, наприклад, товари легкої та харчової промисловості. Для одних видів товарів потрібна інформація про технічні параметри, в іншому випадку достатньо поставити пляшку рекламного напою на стіл популярній особистості під час телеінтерв'ю. Від працівників, що займаються PR-послугами, вимагається не лише знання певних фахових правил здійснення цього специфічного виду діяльності, а й добрих організаторських здібностей та етичної поведінки. Варто зазначити, що кампанії з паблік рилейшнз є значно дешевшими і діють більш ефективно, ніж проста реклама. Найбільш поширеними методами співпраці із засобами масової інформації для паблік рилейшнз вважаються підготовка прес-релізів (англ. press-release – випуск для преси, інформаційне повідомлення), та проведення прес-конференцій [121].

Тільки культура підприємницької діяльності допомагає зберегти постійний інтерес партнерів і клієнтів. Але багато хто значно більш дбає про власну кишеню, ніж про свою репутацію. Для наших підприємців дуже часто важливі тільки досягнення своїх власних цілей без огляду на їх оцінку громадською думкою. Але справжнім є успіх, досягнутий через дії не проти інших, а спільно з іншими. У нашому суспільстві склалося два образи підприємця: позитивний, коли підприємців вважають героями сьогоденного дня, які взяли за корисну для суспільства ризиковану справу, та негативний, коли у підприємцях бачать рвачів, спекулянтів, шахраїв, які не хочуть працювати, а за гроші продають все: і честь, і совість. За кордоном розробляють реабілітаційні стратегії, які дозволяють змінити на краще відношення у суспільстві до підприємця. Вони включають наступні заходи:

- демонстративно ділитись своїм багатством, не користуватися ним тільки для себе;
- не дратувати людей його демонстрацією;
- демократизм, простота в особистому спілкуванні;

– акцентування в засобах масової інформації на обуренні ділових людей, коли хтось з них здійснив шахрайство, порушив закон, обдурив суспільство.

В Україні ще тільки формується цивілізоване підприємництво, його етика та психологія. Тому корисно подивитися на Схід та Захід, де вже сформовані типи підприємців, основні з них – американський та японський. Для японського типу ділової активності характерні такі риси: послідовність, повільність, дисциплінованість, емоційна стриманість, виключна працелюбність, повага до авторитету; вони настійливі та завзяті у досягненні мети, поразки розглядають як стимул до нової посиленої праці. В Японії дуже високо цінуються вміння ладити з людьми, лояльність, дипломатичність, відданість фірмі. Серед американських підприємців переважають люди з яскраво вираженою індивідуальністю, незалежні, схильні до домінування. Злиття різних націй дало тип стійкої, активної, агресивної, честолюбної людини, яка дуже впевнена в собі та дає іншим зрозуміти свою вищість [169].

У всьому світі все більше приділяють уваги етичним проблемам. У розвинутих країнах загальноприйнято, що питання ділової етики, соціальної відповідальності хвилюють підприємця так само, як ефективність виробництва. Все більшого значення набувають моральні та етичні норми життя суспільства: право на людську гідність, право на гідні умови праці, право на здорове навколишнє середовище, величезна кількість духовних благ, свобода особистості, соціальний зв'язок між людьми, справедливість, мінімум конфліктів усередині суспільства, активна участь у суспільному житті, можливість отримання освіти. Для реалізації цих цінностей необхідний високий рівень розвитку виробничих сил, культури. Істотну роль у формуванні ділової етики, а також у виявленні та усуненні неетичних методів ведення бізнесу, відіграє громадськість. Питання етики повинні обговорюватись у пресі, на ТВ, у товариствах споживачів, різних асоціаціях.

– акцентування в засобах масової інформації на обуренні ділових людей, коли хтось з них здійснив шахрайство, порушив закон, обдурив суспільство.

В Україні ще тільки формується цивілізоване підприємництво, його етика та психологія. Тому корисно подивитися на Схід та Захід, де вже сформовані типи підприємців, основні з них – американський та японський. Для японського типу ділової активності характерні такі риси: послідовність, повільність, дисциплінованість, емоційна стриманість, виключна працелюбність, повага до авторитету; вони настійливі та завзяті у досягненні мети, поразки розглядають як стимул до нової посиленої праці. В Японії дуже високо цінуються вміння ладити з людьми, лояльність, дипломатичність, відданість фірмі. Серед американських підприємців переважають люди з яскраво вираженою індивідуальністю, незалежні, схильні до домінування. Злиття різних націй дало тип стійкої, активної, агресивної, честолюбної людини, яка дуже впевнена в собі та дає іншим зрозуміти свою вищість [169].

У всьому світі все більше приділяють уваги етичним проблемам. У розвинутих країнах загальноприйнято, що питання ділової етики, соціальної відповідальності хвилюють підприємця так само, як ефективність виробництва. Все більшого значення набувають моральні та етичні норми життя суспільства: право на людську гідність, право на гідні умови праці, право на здорове навколишнє середовище, величезна кількість духовних благ, свобода особистості, соціальний зв'язок між людьми, справедливість, мінімум конфліктів усередині суспільства, активна участь у суспільному житті, можливість отримання освіти. Для реалізації цих цінностей необхідний високий рівень розвитку виробничих сил, культури. Істотну роль у формуванні ділової етики, а також у виявленні та усуненні неетичних методів ведення бізнесу, відіграє громадськість. Питання етики повинні обговорюватись у пресі, на ТВ, у товариствах споживачів, різних асоціаціях.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Наведіть макро- та мікроекономічні чинники, що зумовлюють активність суб'єктів господарювання
2. Які нематеріальні чинники мотивації працівників у підприємницьких структурах?
3. Охарактеризуйте механізм формування рішення про підприємницьку діяльність
4. Які риси характеру необхідні для досягнення успіху в підприємницькій діяльності?
5. Визначити зміст поняття «культура підприємницької діяльності»
6. Визначити зміст поняття «ділова етика»
7. Які складові включає етикет підприємця?



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Наведіть макро- та мікроекономічні чинники, що зумовлюють активність суб'єктів господарювання
2. Які нематеріальні чинники мотивації працівників у підприємницьких структурах?
3. Охарактеризуйте механізм формування рішення про підприємницьку діяльність
4. Які риси характеру необхідні для досягнення успіху в підприємницькій діяльності?
5. Визначити зміст поняття «культура підприємницької діяльності»
6. Визначити зміст поняття «ділова етика»
7. Які складові включає етикет підприємця?

ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ ТА СПІВРОБІТНИЦТВА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 8.1 Організація договірних взаємовідносин у підприємстві.
- 8.2 Державно-приватне партнерство. Соціальна відповідальність бізнесу
- 8.3 Громадські об'єднання підприємців
- 8.4 Венчурні підприємства. Офшорні фірми
- 8.5 Особливості орендної форми господарювання. Лізинг. Концесія
- 8.6 Франчайзингова форма підприємництва

8.1 Організація договірних взаємовідносин у підприємстві

У ринковій економіці організація підприємницької діяльності базується виключно на договірних взаємовідносинах.

Договір (контракт, угода) – форма документального закріплення партнерських зв'язків, яка обумовлює предмет договору, взаємні права та обов'язки, наслідки порушення домовленостей.

У ринковій системі господарювання застосовують два типи договорів: установчі та підприємницькі.

Засновницький (установчий) договір – це письмовий документ, який засвідчує волевиявлення фізичних чи юридичних осіб відносно заснування нового підприємства.

Підприємницький договір – документ, що відображає угоду сторін (партнерів) відносно безпосереднього здійснення обраної підприємницької діяльності. Договір опосередковує відносини у процесі праці, виробництва і реалізації продукції або надання різноманітних послуг.

Класифікацію підприємницьких договорів за сферами діяльності наведено в таблиці 8.1 [73].

Господарські договори укладаються за правилами, встановленими Цивільним кодексом, Господарським кодексом України, іншими нормативно-правовими актами щодо окремих видів договорів.

Укладення господарського договору є обов'язковим для сторін, якщо він заснований на державному замовленні, виконання якого є обов'язком для суб'єкта господарювання у випадках, передбачених законом, або існує пряма вказівка закону щодо обов'язковості укладення договору для певних категорій суб'єктів господарювання чи органів державної влади або органів місцевого самоврядування.

ФОРМИ ВЗАЄМОДІЇ ТА СПІВРОБІТНИЦТВА СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

- 8.1 Організація договірних взаємовідносин у підприємстві.
- 8.2 Державно-приватне партнерство. Соціальна відповідальність бізнесу
- 8.3 Громадські об'єднання підприємців
- 8.4 Венчурні підприємства. Офшорні фірми
- 8.5 Особливості орендної форми господарювання. Лізинг. Концесія
- 8.6 Франчайзингова форма підприємництва

8.1 Організація договірних взаємовідносин у підприємстві

У ринковій економіці організація підприємницької діяльності базується виключно на договірних взаємовідносинах.

Договір (контракт, угода) – форма документального закріплення партнерських зв'язків, яка обумовлює предмет договору, взаємні права та обов'язки, наслідки порушення домовленостей.

У ринковій системі господарювання застосовують два типи договорів: установчі та підприємницькі.

Засновницький (установчий) договір – це письмовий документ, який засвідчує волевиявлення фізичних чи юридичних осіб відносно заснування нового підприємства.

Підприємницький договір – документ, що відображає угоду сторін (партнерів) відносно безпосереднього здійснення обраної підприємницької діяльності. Договір опосередковує відносини у процесі праці, виробництва і реалізації продукції або надання різноманітних послуг.

Класифікацію підприємницьких договорів за сферами діяльності наведено в таблиці 8.1 [73].

Господарські договори укладаються за правилами, встановленими Цивільним кодексом, Господарським кодексом України, іншими нормативно-правовими актами щодо окремих видів договорів.

Укладення господарського договору є обов'язковим для сторін, якщо він заснований на державному замовленні, виконання якого є обов'язком для суб'єкта господарювання у випадках, передбачених законом, або існує пряма вказівка закону щодо обов'язковості укладення договору для певних категорій суб'єктів господарювання чи органів державної влади або органів місцевого самоврядування.

Таблиця 8.1 – Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності

Сфера діяльності	Сутність договорів
1. Купівля-продаж, оренда і лізинг	Договір купівлі-продажу продукції, виробленої підприємством; договір на поставку товарів через посередника; договір про аукціонний продаж товарів, договір продажу нерухомості. Договір продажу майна підприємства іншим юридичним особам; державний контракт; державне замовлення; договір оренди майна; договір суборенди, лізингова угода, договір концесії.
2. Підрядні послуги	Договір про консалтинг та інформаційне обслуговування підприємств і організацій; договори про надання юридичних, аудиторських, бухгалтерських, брокерських, рекламних послуг; договір на виконання науково-дослідних робіт.
3. Трудові відносини	Колективний трудовий договір; тарифна угода; договір (контракт) про наймання працівника.
4. Страхування	Договір особистого страхування від нещасних випадків; договір страхування майна підприємств і громадян; договір обов'язкового та добровільного медичного страхування.
5. Розрахунки і кредитування	Договір на розрахункове і касове обслуговування; договір поручництва; договір позики із заставним забезпеченням; кредитний договір, договір переведення боргу.
6. Зовнішньоекономічна діяльність	Договір на декларування товарів, що підлягають митному контролю; договір на транспортно-експедиційне обслуговування зовнішньоекономічних операцій; ліцензійний договір; агентський договір; договір на закупівлю товарів за імпортом; договір поставки товарів за експортом.
7. Інші договори	Договір доручення; договір комісії; договір агентування, договір про спільну діяльність, договір відчуження частки, договір транспортування вантажу, транспортного експедирування, охорони, договір концесії, договір про спільну діяльність, договір про розподіл продукції, бартерна угода; договір на формування та управління портфелем цінних паперів, про надання послуг емітенту по веденню реєстру акціонерів.

Таблиця 8.1 – Класифікація підприємницьких договорів за сферами діяльності

Сфера діяльності	Сутність договорів
1. Купівля-продаж, оренда і лізинг	Договір купівлі-продажу продукції, виробленої підприємством; договір на поставку товарів через посередника; договір про аукціонний продаж товарів, договір продажу нерухомості. Договір продажу майна підприємства іншим юридичним особам; державний контракт; державне замовлення; договір оренди майна; договір суборенди, лізингова угода, договір концесії.
2. Підрядні послуги	Договір про консалтинг та інформаційне обслуговування підприємств і організацій; договори про надання юридичних, аудиторських, бухгалтерських, брокерських, рекламних послуг; договір на виконання науково-дослідних робіт.
3. Трудові відносини	Колективний трудовий договір; тарифна угода; договір (контракт) про наймання працівника.
4. Страхування	Договір особистого страхування від нещасних випадків; договір страхування майна підприємств і громадян; договір обов'язкового та добровільного медичного страхування.
5. Розрахунки і кредитування	Договір на розрахункове і касове обслуговування; договір поручництва; договір позики із заставним забезпеченням; кредитний договір, договір переведення боргу.
6. Зовнішньоекономічна діяльність	Договір на декларування товарів, що підлягають митному контролю; договір на транспортно-експедиційне обслуговування зовнішньоекономічних операцій; ліцензійний договір; агентський договір; договір на закупівлю товарів за імпортом; договір поставки товарів за експортом.
7. Інші договори	Договір доручення; договір комісії; договір агентування, договір про спільну діяльність, договір відчуження частки, договір транспортування вантажу, транспортного експедирування, охорони, договір концесії, договір про спільну діяльність, договір про розподіл продукції, бартерна угода; договір на формування та управління портфелем цінних паперів, про надання послуг емітенту по веденню реєстру акціонерів.

При укладенні господарських договорів сторони можуть визначати зміст договору на основі:

- вільного волевиявлення, коли сторони мають право погоджувати на свій розсуд будь-які умови договору, що не суперечать законодавству;

- примірнього договору, рекомендованого органом управління суб'єктам господарювання для використання при укладенні ними договорів, коли сторони мають право за взаємною згодою змінювати окремі умови, передбачені примірним договором, або доповнювати його зміст;

- типового договору, затвердженого Кабінетом Міністрів України, чи у випадках, передбачених законом, іншим органом державної влади, коли сторони не можуть відступати від змісту типового договору, але мають право конкретизувати його умови;

- договору приєднання, запропонованого однією стороною для інших можливих суб'єктів, коли ці суб'єкти у разі вступу в договір не мають права наполягати на зміні його змісту.

Зміст господарського договору становлять умови договору, визначені угодою його сторін, спрямованою на встановлення, зміну або припинення господарських зобов'язань, як погоджені сторонами, так і ті, що приймаються ними як обов'язкові умови договору відповідно до законодавства.

Господарський договір вважається укладеним, якщо між сторонами у передбачених законом порядку та формі досягнуто згоди щодо усіх його істотних умов. Істотними є умови, визнані такими за законом чи необхідні для договорів даного виду, а також умови, щодо яких на вимогу однієї із сторін повинна бути досягнута згода.

При укладенні господарського договору сторони зобов'язані у будь-якому разі погодити предмет, ціну та строк дії договору. Умови про предмет у господарському договорі повинні визначати найменування (номенклатуру, асортимент) та кількість продукції (робіт, послуг), а також вимоги до їх якості. Вимоги щодо якості предмета договору визначаються відповідно до обов'язкових для сторін нормативних документів, а у разі їх відсутності – в договірному порядку, з додержанням умов, що забезпечують захист інтересів кінцевих споживачів товарів і послуг. За згодою сторін у господарському договорі може бути передбачено доплати до встановленої ціни за продукцію (роботи, послуги) вищої якості або виконання робіт у скорочені строки порівняно з нормативними. У разі визнання погодженої сторонами в договорі ціни такою, що порушує вимоги антимонопольно-конкурентного законодавства, антимонопольний орган має право вимагати від сторін зміни умови договору щодо ціни.

При укладенні господарських договорів сторони можуть визначати зміст договору на основі:

- вільного волевиявлення, коли сторони мають право погоджувати на свій розсуд будь-які умови договору, що не суперечать законодавству;

- примірнього договору, рекомендованого органом управління суб'єктам господарювання для використання при укладенні ними договорів, коли сторони мають право за взаємною згодою змінювати окремі умови, передбачені примірним договором, або доповнювати його зміст;

- типового договору, затвердженого Кабінетом Міністрів України, чи у випадках, передбачених законом, іншим органом державної влади, коли сторони не можуть відступати від змісту типового договору, але мають право конкретизувати його умови;

- договору приєднання, запропонованого однією стороною для інших можливих суб'єктів, коли ці суб'єкти у разі вступу в договір не мають права наполягати на зміні його змісту.

Зміст господарського договору становлять умови договору, визначені угодою його сторін, спрямованою на встановлення, зміну або припинення господарських зобов'язань, як погоджені сторонами, так і ті, що приймаються ними як обов'язкові умови договору відповідно до законодавства.

Господарський договір вважається укладеним, якщо між сторонами у передбачених законом порядку та формі досягнуто згоди щодо усіх його істотних умов. Істотними є умови, визнані такими за законом чи необхідні для договорів даного виду, а також умови, щодо яких на вимогу однієї із сторін повинна бути досягнута згода.

При укладенні господарського договору сторони зобов'язані у будь-якому разі погодити предмет, ціну та строк дії договору. Умови про предмет у господарському договорі повинні визначати найменування (номенклатуру, асортимент) та кількість продукції (робіт, послуг), а також вимоги до їх якості. Вимоги щодо якості предмета договору визначаються відповідно до обов'язкових для сторін нормативних документів, а у разі їх відсутності – в договірному порядку, з додержанням умов, що забезпечують захист інтересів кінцевих споживачів товарів і послуг. За згодою сторін у господарському договорі може бути передбачено доплати до встановленої ціни за продукцію (роботи, послуги) вищої якості або виконання робіт у скорочені строки порівняно з нормативними. У разі визнання погодженої сторонами в договорі ціни такою, що порушує вимоги антимонопольно-конкурентного законодавства, антимонопольний орган має право вимагати від сторін зміни умови договору щодо ціни.

Розглянемо типовий **зміст** підприємницького (господарського) договору. Будь-який договір складається з преамбули (вступу до договору), основної і заключної частин [73]:

1. Преамбула включає офіційну назву договору; місце і час (дату) укладення; зазначення факту укладення договору; юридичні назви сторін (партнерів).

2. Основна частина.

2.1. Специфічні умови: предмет договору (найменування (номенклатуру, асортимент) та кількість продукції (робіт, послуг), а також вимоги до її якості); ціна товару; знижка чи надбавка; базові умови поставки; форма оплати; термін поставки; маркування, пакування і тара; здавання-приймання товару; строк дії договору; відповідальність сторін; застереження за договором (санкції).

2.2. Загальні умови: арбітражний припис; форс-мажорні обставини, з настанням яких виконання договірних зобов'язань припиняється.

3. Заключна частина: необхідні додатки (ескізи, зразки товарів); юридичні адреси сторін договору; підписи сторін (партнерів).

Господарський договір за загальним правилом викладається у формі єдиного документа, підписаного сторонами та скріпленого печатками. Допускається укладення господарських договорів у спрощений спосіб, тобто шляхом обміну листами, факсограмами, телеграмами, телефонограмами тощо, а також шляхом підтвердження прийняття до виконання замовлень, якщо законом не встановлено спеціальні вимоги до форми та порядку укладення даного виду договорів.

Проект договору може бути запропонований будь-якою з сторін. Проект договору надається другій стороні у двох примірниках. Сторона, яка одержала проект договору, у разі згоди з його умовами оформляє договір і повертає один примірник договору другій стороні або надсилає відповідь на лист, факсограму тощо у двадцятиденний строк після одержання договору. За наявності заперечень щодо окремих умов договору сторона, яка одержала проект договору, складає протокол розбіжностей, про що робиться застереження у договорі, та у двадцятиденний строк надсилає другій стороні два примірники протоколу розбіжностей разом з підписаним договором. Сторона, яка одержала протокол розбіжностей до договору, зобов'язана протягом двадцяти днів розглянути його, в цей же строк вжити заходів для врегулювання розбіжностей з другою стороною та включити до договору всі прийняті пропозиції, а ті розбіжності, що залишились неврегульованими, передати в цей же строк до суду, якщо на це є згода другої сторони. У разі досягнення сторонами згоди щодо всіх або окремих умов, зазначених у протоколі розбіжностей, така згода повинна бути підтверджена у письмовій формі (протоколом узгодження розбіжностей, листами, телеграмами, телетайпограмами тощо). У разі якщо сторони не досягли згоди з усіх істотних

Розглянемо типовий **зміст** підприємницького (господарського) договору. Будь-який договір складається з преамбули (вступу до договору), основної і заключної частин [73]:

1. Преамбула включає офіційну назву договору; місце і час (дату) укладення; зазначення факту укладення договору; юридичні назви сторін (партнерів).

2. Основна частина.

2.1. Специфічні умови: предмет договору (найменування (номенклатуру, асортимент) та кількість продукції (робіт, послуг), а також вимоги до її якості); ціна товару; знижка чи надбавка; базові умови поставки; форма оплати; термін поставки; маркування, пакування і тара; здавання-приймання товару; строк дії договору; відповідальність сторін; застереження за договором (санкції).

2.2. Загальні умови: арбітражний припис; форс-мажорні обставини, з настанням яких виконання договірних зобов'язань припиняється.

3. Заключна частина: необхідні додатки (ескізи, зразки товарів); юридичні адреси сторін договору; підписи сторін (партнерів).

Господарський договір за загальним правилом викладається у формі єдиного документа, підписаного сторонами та скріпленого печатками. Допускається укладення господарських договорів у спрощений спосіб, тобто шляхом обміну листами, факсограмами, телеграмами, телефонограмами тощо, а також шляхом підтвердження прийняття до виконання замовлень, якщо законом не встановлено спеціальні вимоги до форми та порядку укладення даного виду договорів.

Проект договору може бути запропонований будь-якою з сторін. Проект договору надається другій стороні у двох примірниках. Сторона, яка одержала проект договору, у разі згоди з його умовами оформляє договір і повертає один примірник договору другій стороні або надсилає відповідь на лист, факсограму тощо у двадцятиденний строк після одержання договору. За наявності заперечень щодо окремих умов договору сторона, яка одержала проект договору, складає протокол розбіжностей, про що робиться застереження у договорі, та у двадцятиденний строк надсилає другій стороні два примірники протоколу розбіжностей разом з підписаним договором. Сторона, яка одержала протокол розбіжностей до договору, зобов'язана протягом двадцяти днів розглянути його, в цей же строк вжити заходів для врегулювання розбіжностей з другою стороною та включити до договору всі прийняті пропозиції, а ті розбіжності, що залишились неврегульованими, передати в цей же строк до суду, якщо на це є згода другої сторони. У разі досягнення сторонами згоди щодо всіх або окремих умов, зазначених у протоколі розбіжностей, така згода повинна бути підтверджена у письмовій формі (протоколом узгодження розбіжностей, листами, телеграмами, телетайпограмами тощо). У разі якщо сторони не досягли згоди з усіх істотних

умов господарського договору, такий договір вважається неукладеним (таким, що не відбувся).

За попереднім договором суб'єкт господарювання зобов'язується у певний строк, але не пізніше одного року укласти основний господарський договір на умовах, передбачених попереднім договором. Попередній договір повинен містити умови, що дозволяють визначити предмет, а також інші істотні умови основного договору. У разі якщо сторона, яка уклала попередній договір, одержавши проект договору від іншої сторони, ухиляється від укладення основного договору, друга сторона має право вимагати укладення такого договору в судовому порядку. Зобов'язання укласти основний договір, припиняється, якщо до закінчення строку одна із сторін не надішле проект договору другій стороні. Угода сторін про наміри (протокол про наміри тощо) не визнається попереднім договором і не породжує юридичних наслідків.

Договори за державним замовленням укладаються між виконавцями державного замовлення та державними замовниками, що уповноважені від імені держави укладати договори. Ухилення від укладення договору за державним замовленням (державного контракту) є порушенням господарського законодавства і тягне за собою відповідальність.

Сторона договору, яка вважає за необхідне змінити або розірвати договір, повинна надіслати пропозиції про це другій стороні за договором.. Сторона договору, яка одержала пропозицію про зміну чи розірвання договору, у двадцятиденний строк після одержання пропозиції повідомляє другу сторону про результати її розгляду. У разі якщо сторони не досягли згоди щодо зміни (розірвання) договору або у разі неодержання відповіді у встановлений строк з урахуванням часу поштового обігу, заінтересована сторона має право передати спір на вирішення суду.

8.2 Державно-приватне партнерство. Соціальна відповідальність бізнесу

Важливим інструментом для досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку України та підвищення ефективності державного управління розвитком реального сектору економіки є державно-приватне партнерство.

Відносини держави та бізнесу є вкрай важливими для розвитку країни. В сучасних умовах підприємницький сектор набуває статусу рівноправного партнера у розв'язанні стратегічних завдань соціально-економічного розвитку країни.

Взаємодія держави і бізнесу здійснюється шляхом застосування різних форм і методів: забезпечення суб'єктам господарювання захисту прав власності на землю, майно та результати своєї праці; стимулюван-

умов господарського договору, такий договір вважається неукладеним (таким, що не відбувся).

За попереднім договором суб'єкт господарювання зобов'язується у певний строк, але не пізніше одного року укласти основний господарський договір на умовах, передбачених попереднім договором. Попередній договір повинен містити умови, що дозволяють визначити предмет, а також інші істотні умови основного договору. У разі якщо сторона, яка уклала попередній договір, одержавши проект договору від іншої сторони, ухиляється від укладення основного договору, друга сторона має право вимагати укладення такого договору в судовому порядку. Зобов'язання укласти основний договір, припиняється, якщо до закінчення строку одна із сторін не надішле проект договору другій стороні. Угода сторін про наміри (протокол про наміри тощо) не визнається попереднім договором і не породжує юридичних наслідків.

Договори за державним замовленням укладаються між виконавцями державного замовлення та державними замовниками, що уповноважені від імені держави укладати договори. Ухилення від укладення договору за державним замовленням (державного контракту) є порушенням господарського законодавства і тягне за собою відповідальність.

Сторона договору, яка вважає за необхідне змінити або розірвати договір, повинна надіслати пропозиції про це другій стороні за договором.. Сторона договору, яка одержала пропозицію про зміну чи розірвання договору, у двадцятиденний строк після одержання пропозиції повідомляє другу сторону про результати її розгляду. У разі якщо сторони не досягли згоди щодо зміни (розірвання) договору або у разі неодержання відповіді у встановлений строк з урахуванням часу поштового обігу, заінтересована сторона має право передати спір на вирішення суду.

8.2 Державно-приватне партнерство. Соціальна відповідальність бізнесу

Важливим інструментом для досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку України та підвищення ефективності державного управління розвитком реального сектору економіки є державно-приватне партнерство.

Відносини держави та бізнесу є вкрай важливими для розвитку країни. В сучасних умовах підприємницький сектор набуває статусу рівноправного партнера у розв'язанні стратегічних завдань соціально-економічного розвитку країни.

Взаємодія держави і бізнесу здійснюється шляхом застосування різних форм і методів: забезпечення суб'єктам господарювання захисту прав власності на землю, майно та результати своєї праці; стимулюван-

ня розвитку підприємницької діяльності; державна підтримка наукових досліджень у пріоритетних сферах; пряме державне фінансування суб'єктів підприємництва; дотування і субсидування окремих видів продукції і виробництв; часткова компенсація відсоткових ставок за банківськими кредитами; часткова компенсація сум страхових платежів; формування партнерських відносин в сфері оподаткування; державне гарантування кредитів для суб'єктів підприємництва та ін.

Відповідно до визначення Європейської комісії державно-приватне партнерство зводиться до передавання приватному сектору частини повноважень, відповідальності та ризиків щодо реалізації інвестиційних проектів, які фінансувалися публічним сектором.

Державно-приватне партнерство передбачає використання механізму розподілу ризиків та відповідальності за результати господарської діяльності між державою та підприємницькими структурами. Впровадження таких проектів здійснюється з дотриманням наступних принципів:

- пріоритетність інтересів держави (державні органи влади виступають замовником проекту і визначають основні правила співпраці з бізнесом);

- розподіл ризиків між сторонами (ризик повинні передаватися тій стороні, яка може забезпечити їх більш ефективне управління);

- прозорість (суспільство має достатній доступ до інформації відносно діяльності партнерів);

- рівноправний характер відносин між сторонами.

У «Зеленій книзі про державно-приватне партнерство» 2004 року, що була прийнята в рамках Євросоюзу, було визначено два типи такого партнерства:

- Договірного характеру. Відповідно до нього приватній особі за виконану роботу, чи надані послуги, гарантується винагорода від публічної організації або/чи безпосередніх користувачів, і це регулюється директивами ЄС щодо проведення публічних тендерів.

- Інституційного характеру. В його межах можливе формування нової юридичної особи, співзасновниками якої є публічна і приватна організації.

В більшості випадків, механізм державно-приватного партнерства використовувався в країнах Європи саме для створення інфраструктурних об'єктів. Наприклад в Фінляндії, таким чином були побудовані центральні автошляхи, в Португалії – реконструйовані аеропорти та регіональні шляхи, у Франції – оновлено мережі водопостачання та побудовані швидкісні автомагістралі. Але досвід не завжди був позитивним. З певними труднощами зіштовхнулися країни Центральної та Східної Європи, де економіка та політична система знаходилась на стадії становлення [39].

ня розвитку підприємницької діяльності; державна підтримка наукових досліджень у пріоритетних сферах; пряме державне фінансування суб'єктів підприємництва; дотування і субсидування окремих видів продукції і виробництв; часткова компенсація відсоткових ставок за банківськими кредитами; часткова компенсація сум страхових платежів; формування партнерських відносин в сфері оподаткування; державне гарантування кредитів для суб'єктів підприємництва та ін.

Відповідно до визначення Європейської комісії державно-приватне партнерство зводиться до передавання приватному сектору частини повноважень, відповідальності та ризиків щодо реалізації інвестиційних проектів, які фінансувалися публічним сектором.

Державно-приватне партнерство передбачає використання механізму розподілу ризиків та відповідальності за результати господарської діяльності між державою та підприємницькими структурами. Впровадження таких проектів здійснюється з дотриманням наступних принципів:

- пріоритетність інтересів держави (державні органи влади виступають замовником проекту і визначають основні правила співпраці з бізнесом);

- розподіл ризиків між сторонами (ризик повинні передаватися тій стороні, яка може забезпечити їх більш ефективне управління);

- прозорість (суспільство має достатній доступ до інформації відносно діяльності партнерів);

- рівноправний характер відносин між сторонами.

У «Зеленій книзі про державно-приватне партнерство» 2004 року, що була прийнята в рамках Євросоюзу, було визначено два типи такого партнерства:

- Договірного характеру. Відповідно до нього приватній особі за виконану роботу, чи надані послуги, гарантується винагорода від публічної організації або/чи безпосередніх користувачів, і це регулюється директивами ЄС щодо проведення публічних тендерів.

- Інституційного характеру. В його межах можливе формування нової юридичної особи, співзасновниками якої є публічна і приватна організації.

В більшості випадків, механізм державно-приватного партнерства використовувався в країнах Європи саме для створення інфраструктурних об'єктів. Наприклад в Фінляндії, таким чином були побудовані центральні автошляхи, в Португалії – реконструйовані аеропорти та регіональні шляхи, у Франції – оновлено мережі водопостачання та побудовані швидкісні автомагістралі. Але досвід не завжди був позитивним. З певними труднощами зіштовхнулися країни Центральної та Східної Європи, де економіка та політична система знаходилась на стадії становлення [39].

Згідно із Законом України «Про державно-приватне партнерство», **державно-приватне партнерство** – це співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору. До **ознак** державно-приватного партнерства належать:

- забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера;
- довготривалість відносин (від 5 до 50 років);
- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;
- внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

У рамках здійснення державно-приватного партнерства можуть укладатися **договори** про:

- концесію;
- спільну діяльність;
- розподіл продукції;
- інші договори.

Договір концесії (концесійний договір) – договір, відповідно до якого уповноважений орган виконавчої влади чи орган місцевого самоврядування (концесіодавець) надає на платній та строковій основі суб'єкту підприємницької діяльності (концесіонеру) право створити (побудувати) об'єкт концесії чи суттєво його поліпшити та (або) здійснювати його управління (експлуатацію) з метою задоволення громадських потреб. Концесійний договір укладається на строк, визначений у договорі, який має бути не менше 10 років та не більше 50 років. Концесіонер вносить плату, обумовлену в договорі – концесійні платежі.

Державно-приватне партнерство застосовується в таких сферах: пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування; виробництво, транспортування і постачання тепла та розподіл і постачання природного газу; будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури; машинобудування; збір, очищення та розподілення води; охорона здоров'я; туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт; забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем; оброблення відходів; виробництво, розподілення та постачання електричної енергії; управління нерухомістю.

Згідно із Законом України «Про державно-приватне партнерство», **державно-приватне партнерство** – це співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних органів державної влади та органів місцевого самоврядування (державними партнерами) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, або фізичними особами – підприємцями (приватними партнерами), що здійснюється на основі договору. До **ознак** державно-приватного партнерства належать:

- забезпечення вищих техніко-економічних показників ефективності діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером без залучення приватного партнера;
- довготривалість відносин (від 5 до 50 років);
- передача приватному партнеру частини ризиків у процесі здійснення державно-приватного партнерства;
- внесення приватним партнером інвестицій в об'єкти партнерства із джерел, не заборонених законодавством.

У рамках здійснення державно-приватного партнерства можуть укладатися **договори** про:

- концесію;
- спільну діяльність;
- розподіл продукції;
- інші договори.

Договір концесії (концесійний договір) – договір, відповідно до якого уповноважений орган виконавчої влади чи орган місцевого самоврядування (концесіодавець) надає на платній та строковій основі суб'єкту підприємницької діяльності (концесіонеру) право створити (побудувати) об'єкт концесії чи суттєво його поліпшити та (або) здійснювати його управління (експлуатацію) з метою задоволення громадських потреб. Концесійний договір укладається на строк, визначений у договорі, який має бути не менше 10 років та не більше 50 років. Концесіонер вносить плату, обумовлену в договорі – концесійні платежі.

Державно-приватне партнерство застосовується в таких сферах: пошук, розвідка родовищ корисних копалин та їх видобування; виробництво, транспортування і постачання тепла та розподіл і постачання природного газу; будівництво та/або експлуатація автострад, доріг, залізниць, злітно-посадкових смуг на аеродромах, мостів, шляхових естакад, тунелів і метрополітенів, морських і річкових портів та їх інфраструктури; машинобудування; збір, очищення та розподілення води; охорона здоров'я; туризм, відпочинок, рекреація, культура та спорт; забезпечення функціонування зрошувальних і осушувальних систем; оброблення відходів; виробництво, розподілення та постачання електричної енергії; управління нерухомістю.

Держава має можливість забезпечення сприятливих для приватного сектора умов для розвитку інфраструктурних проєктів, наприклад, відведенням земельних ділянок для спорудження об'єктів інфраструктури, видачею ліцензій, надання державних гарантій, субсидій, пільгових кредитів та ін. З іншого боку, приватний бізнес має значні фінансові ресурси, які є мобільнішими ніж державні; він часто випереджає державний сектор у технічних і технологічних нововведеннях. Однак, для нього часто ускладнений доступ до тих сфер, які традиційно вважаються державними, або ризики діяльності виявляються дуже високими.

Незважаючи на існування окремих форм співпраці держави і приватного сектора, українська економіка знаходиться тільки на початку складного процесу створення необхідної системи управління такими проєктами. Основним мотивом, який спонукає уряд до співпраці з бізнесом, є обмежені бюджетні кошти і, в той же час, нагальна необхідність розширення інвестиційної діяльності, зокрема залучення інвестицій на капіталізацію державного сектора економіки, що є поштовхом до економічного розвитку. Інвестиційний потенціал державно-приватного партнерства в Україні реалізується недостатньою мірою, про що свідчать показники реалізації інфраструктурних проєктів на засадах державно-приватного партнерства в Україні та інших країнах, що розвиваються. Слід відзначити швидкий розвиток державно-приватного партнерства у Китаї, де лише у 2008 році започатковано 59 інфраструктурних проєктів (27,3% від загальної кількості інфраструктурних проєктів країн, що розвиваються). Натомість, загальні обсяги інвестицій в інфраструктурні проєкти на основі форм державно-приватного партнерства в Україні протягом 1990–2008 років становили лише 8,2 млрд. дол. США (1,6% загального підсумку), з яких 97,5% припадало на телекомунікаційний сектор [39].

Інструмент державно-приватного партнерства є альтернативою приватизації, так як не передбачає переходу права власності від держави до приватного інвестора на весь термін реалізації проєкту. Після завершення дії угоди та виконання всіх зобов'язань об'єкт переходить у власність держави або громади.

Відносини державно-приватного партнерства, регулюються Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, законами України «Про державно-приватне партнерство», «Про концесії», «Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг», «Про угоди про розподіл продукції», «Про фінансовий лізинг», «Про оренду державного та комунального майна», «Про управління об'єктами державної власності» та іншими законодавчими актами, які регулюють окремі види договірних відносин. На початку 2011 р. уряд України затвердив положення про координаційну раду у справах розвитку малого і середнього підприємництва при Кабміні, який складається з представників малого і середнього бізнесу.

Держава має можливість забезпечення сприятливих для приватного сектора умов для розвитку інфраструктурних проєктів, наприклад, відведенням земельних ділянок для спорудження об'єктів інфраструктури, видачею ліцензій, надання державних гарантій, субсидій, пільгових кредитів та ін. З іншого боку, приватний бізнес має значні фінансові ресурси, які є мобільнішими ніж державні; він часто випереджає державний сектор у технічних і технологічних нововведеннях. Однак, для нього часто ускладнений доступ до тих сфер, які традиційно вважаються державними, або ризики діяльності виявляються дуже високими.

Незважаючи на існування окремих форм співпраці держави і приватного сектора, українська економіка знаходиться тільки на початку складного процесу створення необхідної системи управління такими проєктами. Основним мотивом, який спонукає уряд до співпраці з бізнесом, є обмежені бюджетні кошти і, в той же час, нагальна необхідність розширення інвестиційної діяльності, зокрема залучення інвестицій на капіталізацію державного сектора економіки, що є поштовхом до економічного розвитку. Інвестиційний потенціал державно-приватного партнерства в Україні реалізується недостатньою мірою, про що свідчать показники реалізації інфраструктурних проєктів на засадах державно-приватного партнерства в Україні та інших країнах, що розвиваються. Слід відзначити швидкий розвиток державно-приватного партнерства у Китаї, де лише у 2008 році започатковано 59 інфраструктурних проєктів (27,3% від загальної кількості інфраструктурних проєктів країн, що розвиваються). Натомість, загальні обсяги інвестицій в інфраструктурні проєкти на основі форм державно-приватного партнерства в Україні протягом 1990–2008 років становили лише 8,2 млрд. дол. США (1,6% загального підсумку), з яких 97,5% припадало на телекомунікаційний сектор [39].

Інструмент державно-приватного партнерства є альтернативою приватизації, так як не передбачає переходу права власності від держави до приватного інвестора на весь термін реалізації проєкту. Після завершення дії угоди та виконання всіх зобов'язань об'єкт переходить у власність держави або громади.

Відносини державно-приватного партнерства, регулюються Цивільним кодексом України, Господарським кодексом України, законами України «Про державно-приватне партнерство», «Про концесії», «Про концесії на будівництво та експлуатацію автомобільних доріг», «Про угоди про розподіл продукції», «Про фінансовий лізинг», «Про оренду державного та комунального майна», «Про управління об'єктами державної власності» та іншими законодавчими актами, які регулюють окремі види договірних відносин. На початку 2011 р. уряд України затвердив положення про координаційну раду у справах розвитку малого і середнього підприємництва при Кабміні, який складається з представників малого і середнього бізнесу.

Стратегічними пріоритетами у сфері розвитку партнерства держави і підприємництва є:

- нормативно-правове врегулювання механізму контролю з боку всеукраїнських об'єднань роботодавців і підприємців, об'єднань підприємців та громадських об'єднань над розробкою, прийняттям та виконанням рішень органів державної влади усіх рівнів, обов'язкового систематичного залучення цих об'єднань органами законодавчої та виконавчої влади до вироблення рішень, які знаходяться в рамках їхньої компетенції;

- запровадження державного контролю за неухильним дотриманням вимог законодавства щодо забезпечення інформаційної відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

- розширення саморегулювання бізнесу; делегування окремих повноважень органів державної влади саморегулюючим організаціям у підприємницькому секторі;

- створення нормативно-правової бази для реалізації механізму цивілізованого лобіювання бізнесом власних інтересів.

Формування дієздатного механізму державно-приватного партнерства в Україні неможливе без посилення соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Соціальна відповідальність бізнесу (корпоративна соціальна відповідальність) є процесом управління підприємством з інтеграцією заходів соціальної та екологічної спрямованості до основної діяльності, що виходять за межі створення прибутку та законодавчо встановлених соціальних стандартів у контексті підвищення добробуту суспільства та локальної громади зокрема, а також забезпечення сталого розвитку.

Світовий досвід сформував наступні **критерії**, відповідність яким дозволяє визначити окрему організацію як соціально відповідальну:

- добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств;

- виробництво та реалізація якісної продукції;

- реалізація корпоративних програм підвищення фаховості співробітників;

- реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників;

- реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу;

- реалізація благодійних і спонсорських проектів;

- участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес [39].

Стратегічними пріоритетами у сфері розвитку партнерства держави і підприємництва є:

- нормативно-правове врегулювання механізму контролю з боку всеукраїнських об'єднань роботодавців і підприємців, об'єднань підприємців та громадських об'єднань над розробкою, прийняттям та виконанням рішень органів державної влади усіх рівнів, обов'язкового систематичного залучення цих об'єднань органами законодавчої та виконавчої влади до вироблення рішень, які знаходяться в рамках їхньої компетенції;

- запровадження державного контролю за неухильним дотриманням вимог законодавства щодо забезпечення інформаційної відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування;

- розширення саморегулювання бізнесу; делегування окремих повноважень органів державної влади саморегулюючим організаціям у підприємницькому секторі;

- створення нормативно-правової бази для реалізації механізму цивілізованого лобіювання бізнесом власних інтересів.

Формування дієздатного механізму державно-приватного партнерства в Україні неможливе без посилення соціальної відповідальності бізнесу. Соціальна відповідальність бізнесу – відповідальне ставлення будь-якої компанії до свого продукту або послуги, до споживачів, працівників, партнерів; активна соціальна позиція компанії, що полягає в гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із суспільством, участі у вирішенні найгостріших соціальних проблем.

Соціальна відповідальність бізнесу (корпоративна соціальна відповідальність) є процесом управління підприємством з інтеграцією заходів соціальної та екологічної спрямованості до основної діяльності, що виходять за межі створення прибутку та законодавчо встановлених соціальних стандартів у контексті підвищення добробуту суспільства та локальної громади зокрема, а також забезпечення сталого розвитку.

Світовий досвід сформував наступні **критерії**, відповідність яким дозволяє визначити окрему організацію як соціально відповідальну:

- добросовісна сплата податків, виконання вимог міжнародного, державного, регіонального законодавств;

- виробництво та реалізація якісної продукції;

- реалізація корпоративних програм підвищення фаховості співробітників;

- реалізація корпоративних програм з охорони та зміцнення здоров'я співробітників;

- реалізація корпоративних програм морального стимулювання персоналу;

- реалізація благодійних і спонсорських проектів;

- участь у формуванні позитивної суспільної думки про бізнес [39].

Згідно з визначенням «Концепції національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні» **соціальна відповідальність** – відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, довкілля шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування заінтересованих сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

В Україні розвиток соціальної відповідальності бізнесу, за останні роки в цілому формується в контексті загальносвітових тенденцій поступової інтеграції принципів соціальної відповідальності в корпоративні стратегії бізнесу, а також перехід від разових акцій благодійності та утримання створеної раніше громіздкої соціальної сфери до гнучкої системи соціальних інвестицій, що відповідають довгостроковим інтересам бізнесу, локальних соціальних громад, суспільства. За результатами опитування, проведеного ООН, три чверті українських компаній вже практикують соціально відповідальну діяльність в тій або іншій формі. **Форми впровадження** соціальної відповідальності українськими підприємцями:

- Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу
- Навчання /розвиток персоналу
- Благодійна допомога
- Застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального становища до споживачів
- Участь в регіональних програмах розвитку
- Реалізація екологічних програм
- Відповідальність перед партнерами
- Відкрите подання інформації про діяльність компанії
- Дотримання законодавства, в першу чергу, законодавства про працю

Традиційними сферами соціально відповідальної діяльності бізнесу є розвиток внутрішніх програм для свого персоналу, участь в екологічних проектах, участь в регіональних і локальних програмах розвитку при співпраці з місцевими органами влади, добродійність.

В Україні діє Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності та Спільнота Соціально Відповідальний Бізнес. Приклади соціального підприємництва вже працюють в Україні. В жовтні 2011 р. в Україні відбулась друга виставка соціальних та екологічних проектів організації. Більше 40 українських компаній великого бізнесу підписали Глобальний Договір ООН, ініціативи, спрямованої на поширення відповідального корпоративного громадянства і на те, щоб комерційні компанії брали участь у вирішенні проблем, які постають і зв'язку з глобалізацією. Чотири базові групи принципів Глобального договору:

Згідно з визначенням «Концепції національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні» **соціальна відповідальність** – відповідальність організації за вплив рішень і дій на суспільство, довкілля шляхом прозорості та етичної поведінки, яка:

- сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю і добробуту суспільства;
- зважає на очікування заінтересованих сторін;
- відповідає чинному законодавству і міжнародним нормам поведінки;
- інтегрована у діяльність організації та практикується в її відносинах.

В Україні розвиток соціальної відповідальності бізнесу, за останні роки в цілому формується в контексті загальносвітових тенденцій поступової інтеграції принципів соціальної відповідальності в корпоративні стратегії бізнесу, а також перехід від разових акцій благодійності та утримання створеної раніше громіздкої соціальної сфери до гнучкої системи соціальних інвестицій, що відповідають довгостроковим інтересам бізнесу, локальних соціальних громад, суспільства. За результатами опитування, проведеного ООН, три чверті українських компаній вже практикують соціально відповідальну діяльність в тій або іншій формі. **Форми впровадження** соціальної відповідальності українськими підприємцями:

- Впровадження соціальних програм поліпшення умов праці власного персоналу
- Навчання /розвиток персоналу
- Благодійна допомога
- Застосування в політиці компанії принципів етичного та відповідального становища до споживачів
- Участь в регіональних програмах розвитку
- Реалізація екологічних програм
- Відповідальність перед партнерами
- Відкрите подання інформації про діяльність компанії
- Дотримання законодавства, в першу чергу, законодавства про працю

Традиційними сферами соціально відповідальної діяльності бізнесу є розвиток внутрішніх програм для свого персоналу, участь в екологічних проектах, участь в регіональних і локальних програмах розвитку при співпраці з місцевими органами влади, добродійність.

В Україні діє Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності та Спільнота Соціально Відповідальний Бізнес. Приклади соціального підприємництва вже працюють в Україні. В жовтні 2011 р. в Україні відбулась друга виставка соціальних та екологічних проектів організації. Більше 40 українських компаній великого бізнесу підписали Глобальний Договір ООН, ініціативи, спрямованої на поширення відповідального корпоративного громадянства і на те, щоб комерційні компанії брали участь у вирішенні проблем, які постають і зв'язку з глобалізацією. Чотири базові групи принципів Глобального договору:

принципи захисту прав людини, принципи недискримінаційного забезпечення трудових відносин, принципи захисту екології та боротьби з корупцією.

Соціальне партнерство в екологічній сфері набуває особливого значення. Сьогодні проблема високого рівня забруднення навколишнього середовища в Україні накладається на проблему енергетичної залежності і енергетичної неефективності України, що підвищує ризики техногенних катастроф. У сучасній ситуації як ніколи важлива участь бізнесу в розробці і застосуванні технологій енерго- та ресурсо- збереження, відновленні природного місця існування людства.

Однак, незважаючи на зазначені позитивні кроки, сучасний етап впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу в Україні можна охарактеризувати як початковий. Роль бізнесу тут не повинна обмежуватися лише тимчасовими благодійними заходами чи одиничними доброчинними проектами. Для ефективного партнерства бізнесу з державою у вирішенні соціальних проблем необхідно створити культуру такої взаємодії та механізм його реалізації. З боку бізнесу потрібне підвищення соціальної відповідальності виходячи з того, що соціально відповідальна компанія повинна відповідати наступним критеріям: як цивільна особа вона повинна дотримуватися законів, норм громадянського життя; як виробник – виробляти безпечні, надійні товари, встановлювати справедливі ціни; як роботодавець – піклуватися про матеріальне становище працівників, недопущення їх дискримінації; як суб'єкт управління ресурсами – ефективно використовувати ресурси і опікуватися тими земельними ділянками, на яких розташовано підприємство; як об'єкт інвестування – захищати інтереси інвесторів і надавати правдиву інформацію про своє положення; як учасник соціального розвитку – стимулювати і підтримувати інновації і визнавати відповідальність за вплив на якість життя оточуючих; як конкурент – не повинна брати участь у нечесній конкуренції і необґрунтованому обмеженні конкуренції [39].

Вироблення взаємовигідної політики можливе лише у процесі конструктивного відкритого діалогу між державою, бізнесом та організаціями громадянського суспільства

8.3 Громадські об'єднання підприємців

Бажання всіх учасників економічної діяльності в країні набути додаткової стійкості, захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси виявилось у створенні багатьох асоціацій, спілок, інших громадських об'єднань підприємців.

Громадські об'єднання підприємців є ключовим і дуже дієвим елементом інфраструктури підтримки підприємництва. Громадським орга-

принципи захисту прав людини, принципи недискримінаційного забезпечення трудових відносин, принципи захисту екології та боротьби з корупцією.

Соціальне партнерство в екологічній сфері набуває особливого значення. Сьогодні проблема високого рівня забруднення навколишнього середовища в Україні накладається на проблему енергетичної залежності і енергетичної неефективності України, що підвищує ризики техногенних катастроф. У сучасній ситуації як ніколи важлива участь бізнесу в розробці і застосуванні технологій енерго- та ресурсо- збереження, відновленні природного місця існування людства.

Однак, незважаючи на зазначені позитивні кроки, сучасний етап впровадження принципів соціальної відповідальності бізнесу в Україні можна охарактеризувати як початковий. Роль бізнесу тут не повинна обмежуватися лише тимчасовими благодійними заходами чи одиничними доброчинними проектами. Для ефективного партнерства бізнесу з державою у вирішенні соціальних проблем необхідно створити культуру такої взаємодії та механізм його реалізації. З боку бізнесу потрібне підвищення соціальної відповідальності виходячи з того, що соціально відповідальна компанія повинна відповідати наступним критеріям: як цивільна особа вона повинна дотримуватися законів, норм громадянського життя; як виробник – виробляти безпечні, надійні товари, встановлювати справедливі ціни; як роботодавець – піклуватися про матеріальне становище працівників, недопущення їх дискримінації; як суб'єкт управління ресурсами – ефективно використовувати ресурси і опікуватися тими земельними ділянками, на яких розташовано підприємство; як об'єкт інвестування – захищати інтереси інвесторів і надавати правдиву інформацію про своє положення; як учасник соціального розвитку – стимулювати і підтримувати інновації і визнавати відповідальність за вплив на якість життя оточуючих; як конкурент – не повинна брати участь у нечесній конкуренції і необґрунтованому обмеженні конкуренції [39].

Вироблення взаємовигідної політики можливе лише у процесі конструктивного відкритого діалогу між державою, бізнесом та організаціями громадянського суспільства

8.3 Громадські об'єднання підприємців

Бажання всіх учасників економічної діяльності в країні набути додаткової стійкості, захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси виявилось у створенні багатьох асоціацій, спілок, інших громадських об'єднань підприємців.

Громадські об'єднання підприємців є ключовим і дуже дієвим елементом інфраструктури підтримки підприємництва. Громадським орга-

нізаціям підприємців має бути надана можливість брати участь у формуванні державної політики з питань підприємництва, мати представництво у владі як чільної активної частині суспільства, що забезпечує значну частину робочих місць та бюджетних податкових надходжень. Шляхом активної участі представників громадських організацій у складі дорадчих рад, комітетів, комісій, які створені при інститутах виконавчої влади різного рівня, об'єднання намагаються впливати на рішення, які стосуються підприємництва, брати активну участь у підготовці нових законопроектів, постанов. Стратегічним напрямком діяльності громадських організацій є комплексна підтримка членів організацій, захист їх конституційних, соціальних, економічних прав, лобювання і відстоювання їх інтересів, сприяння розвитку і співробітництву малих, середніх і приватизованих підприємств, розширенню сфери їх діяльності.

У США існує 147 тис. різноманітних асоціацій і об'єднань, що представляють практично кожен професію, галузь, хобі або інтерес і що налічують 295 тис. чл. найманого персоналу. Щорічно вони витрачають 5,6 млрд. дол. на випуск періодичних друкарських видань і книг, 2,2 млрд. дол. – на власні освітні програми, галузеві дослідження, збір статистичних даних, розробку стандартів і акредитації, впровадження передових технологій і лише 183 млн. дол. – на лобювання своїх інтересів в органах влади. У Німеччині більшість підприємців об'єднана у Федеральний союз німецької промисловості і Союз німецьких торговельно-промислових палат. У їх складі більше 100 тис. підприємств. Уповноважені особи цих структур беруть безпосередню участь у виробленні внутрішньої і зовнішньої економічної політики держави, а керівництво регулярно зустрічається з федеральним канцлером Німеччини. У Росії номінально діє більше 2 тис. бізнес-асоціацій, але за найвпливовіших вважаються тільки дві: Російський союз промисловців і підприємців і Ділова Росія [149].

На жаль, самоорганізація та кооперування суб'єктів підприємництва у формі громадських об'єднань підприємців поки що не дістали в Україні відповідного розвитку.

Держава має стимулювати та підтримувати самоорганізацію підприємництва, цим вона зміцнюватиме власні засади. Згідно з положеннями Господарського кодексу, з метою сприяння розвитку національної економіки, її інтеграції у світове господарство, а також створення сприятливих умов для підприємницької діяльності в Україні можуть створюватися торгово-промислові палати як добровільні об'єднання підприємців та організацій. Держава сприяє їм у виконанні ними статутних завдань. Суб'єкти господарювання – роботодавці мають право на об'єднання в організації роботодавців для реалізації та захисту своїх прав. Організації роботодавців є самоврядними статутними організаціями, що утворюються на засадах добровільності та рівноправності з метою представ-

нізаціям підприємців має бути надана можливість брати участь у формуванні державної політики з питань підприємництва, мати представництво у владі як чільної активної частині суспільства, що забезпечує значну частину робочих місць та бюджетних податкових надходжень. Шляхом активної участі представників громадських організацій у складі дорадчих рад, комітетів, комісій, які створені при інститутах виконавчої влади різного рівня, об'єднання намагаються впливати на рішення, які стосуються підприємництва, брати активну участь у підготовці нових законопроектів, постанов. Стратегічним напрямком діяльності громадських організацій є комплексна підтримка членів організацій, захист їх конституційних, соціальних, економічних прав, лобювання і відстоювання їх інтересів, сприяння розвитку і співробітництву малих, середніх і приватизованих підприємств, розширенню сфери їх діяльності.

У США існує 147 тис. різноманітних асоціацій і об'єднань, що представляють практично кожен професію, галузь, хобі або інтерес і що налічують 295 тис. чл. найманого персоналу. Щорічно вони витрачають 5,6 млрд. дол. на випуск періодичних друкарських видань і книг, 2,2 млрд. дол. – на власні освітні програми, галузеві дослідження, збір статистичних даних, розробку стандартів і акредитації, впровадження передових технологій і лише 183 млн. дол. – на лобювання своїх інтересів в органах влади. У Німеччині більшість підприємців об'єднана у Федеральний союз німецької промисловості і Союз німецьких торговельно-промислових палат. У їх складі більше 100 тис. підприємств. Уповноважені особи цих структур беруть безпосередню участь у виробленні внутрішньої і зовнішньої економічної політики держави, а керівництво регулярно зустрічається з федеральним канцлером Німеччини. У Росії номінально діє більше 2 тис. бізнес-асоціацій, але за найвпливовіших вважаються тільки дві: Російський союз промисловців і підприємців і Ділова Росія [149].

На жаль, самоорганізація та кооперування суб'єктів підприємництва у формі громадських об'єднань підприємців поки що не дістали в Україні відповідного розвитку.

Держава має стимулювати та підтримувати самоорганізацію підприємництва, цим вона зміцнюватиме власні засади. Згідно з положеннями Господарського кодексу, з метою сприяння розвитку національної економіки, її інтеграції у світове господарство, а також створення сприятливих умов для підприємницької діяльності в Україні можуть створюватися торгово-промислові палати як добровільні об'єднання підприємців та організацій. Держава сприяє їм у виконанні ними статутних завдань. Суб'єкти господарювання – роботодавці мають право на об'єднання в організації роботодавців для реалізації та захисту своїх прав. Організації роботодавців є самоврядними статутними організаціями, що утворюються на засадах добровільності та рівноправності з метою представ-

ництва і захисту законних інтересів роботодавців. Зареєстровані об'єднання громадян користуються правом: представляти і захищати свої законні інтереси та законні інтереси своїх членів (учасників) у державних та громадських органах; одержувати від органів державної влади і управління та органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань; вносити пропозиції до органів влади і управління; розповсюджувати інформацію і пропагувати свої ідеї та цілі; засновувати засоби масової інформації. Громадські організації мають право засновувати підприємства, необхідні для виконання статутних цілей. Кошти та майно громадських організацій утворюються за рахунок вступних та членських внесків, абонентських та цільових внесків, добровільних внесків, пожертвувань, передачі інтелектуальної та іншої власності від вітчизняних та іноземних держав, громадських, комерційних організацій та приватних осіб, грантів, в тому числі міжнародних, інших надходжень.

Процес виникнення та становлення громадських об'єднань підприємців в Україні почався з 1989 р., коли була заснована Спілка кооперативів та підприємців України, яка спрямовувала свою громадську діяльність на вирішення таких головних завдань: разом з органами державного управління брати участь у розробці основних напрямів розвитку кооперативного руху, умов надання підприємцям і кооперативам податкових та інших пільг; здійснювати соціальний захист підприємців.

Велику роль у консолідації кооперативів, підприємств малого та середнього підприємництва відіграє заснована в 1990 р. Федерація профспілок працівників кооперації та інших форм підприємництва в Україні. У 1990 році були створені дві спілки підприємців: Спілка малих підприємств України і Спілка орендарів і підприємців України.

В 1992 р. заснована Українська спілка промисловців та підприємців (УСПП), 1994р. – Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання». У 1996 р. створено Міжнародну спілку українських підприємців (МСУП) як громадське об'єднання зі статусом міжнародної організації. Наприкінці 1998 року було створено громадський інститут Уповноважених з захисту прав підприємців. У 2000 році нормативно забезпечено діяльність Громадської колегії та Координаційної ради з питань розвитку підприємництва. для надання експертної та консультативної допомоги Кабінету Міністрів в процесі проведення державної політики у сфері розвитку підприємництва, до складу якої входять провідні громадські лідери, науковці, визнані експерти. З 2000 року було впроваджено – експертно-апеляційну раду [38]. В останні кілька років прийнято ряд нормативно-правових актів щодо організації роботи громадських рад при органах державної виконавчої влади, проведення громадського моніторингу виконання законодавства з питань розвитку та підтримки підприємництва, проводились Всеукраїнські фо-

ництва і захисту законних інтересів роботодавців. Зареєстровані об'єднання громадян користуються правом: представляти і захищати свої законні інтереси та законні інтереси своїх членів (учасників) у державних та громадських органах; одержувати від органів державної влади і управління та органів місцевого самоврядування інформацію, необхідну для реалізації своїх цілей і завдань; вносити пропозиції до органів влади і управління; розповсюджувати інформацію і пропагувати свої ідеї та цілі; засновувати засоби масової інформації. Громадські організації мають право засновувати підприємства, необхідні для виконання статутних цілей. Кошти та майно громадських організацій утворюються за рахунок вступних та членських внесків, абонентських та цільових внесків, добровільних внесків, пожертвувань, передачі інтелектуальної та іншої власності від вітчизняних та іноземних держав, громадських, комерційних організацій та приватних осіб, грантів, в тому числі міжнародних, інших надходжень.

Процес виникнення та становлення громадських об'єднань підприємців в Україні почався з 1989 р., коли була заснована Спілка кооперативів та підприємців України, яка спрямовувала свою громадську діяльність на вирішення таких головних завдань: разом з органами державного управління брати участь у розробці основних напрямів розвитку кооперативного руху, умов надання підприємцям і кооперативам податкових та інших пільг; здійснювати соціальний захист підприємців.

Велику роль у консолідації кооперативів, підприємств малого та середнього підприємництва відіграє заснована в 1990 р. Федерація профспілок працівників кооперації та інших форм підприємництва в Україні. У 1990 році були створені дві спілки підприємців: Спілка малих підприємств України і Спілка орендарів і підприємців України.

В 1992 р. заснована Українська спілка промисловців та підприємців (УСПП), 1994р. – Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання». У 1996 р. створено Міжнародну спілку українських підприємців (МСУП) як громадське об'єднання зі статусом міжнародної організації. Наприкінці 1998 року було створено громадський інститут Уповноважених з захисту прав підприємців. У 2000 році нормативно забезпечено діяльність Громадської колегії та Координаційної ради з питань розвитку підприємництва. для надання експертної та консультативної допомоги Кабінету Міністрів в процесі проведення державної політики у сфері розвитку підприємництва, до складу якої входять провідні громадські лідери, науковці, визнані експерти. З 2000 року було впроваджено – експертно-апеляційну раду [38]. В останні кілька років прийнято ряд нормативно-правових актів щодо організації роботи громадських рад при органах державної виконавчої влади, проведення громадського моніторингу виконання законодавства з питань розвитку та підтримки підприємництва, проводились Всеукраїнські фо-

руми «Влада і бізнес-партнери» за участю вищих посадових осіб держави. Створено і діє понад тисячу галузевих громадських рад при центральних та місцевих органах виконавчої влади, які є ефективним механізмом впливу громадськості на вироблення політики певного державного органу. Основними галузями, за якими діють ради є торгівля, ринки, промисловість, сільське господарство, транспорт та фармацевтична діяльність. Розроблено проект Закону України «Про саморегулівні організації», яким саморегулівним організаціям надається право розробляти і затверджувати стандарти, правила та вимоги до здійснення підприємницької або професійної діяльності, обов'язкові для всіх членів організації.

Одним із **основних завдань** бізнес-об'єднань – громадських організацій, спілок, асоціацій – є представлення інтересів їх членів у владі. За 20 років існування в нашій країні підприємництва з'являлося і зникало безліч найрізноманітніших об'єднань і союзів бізнесменів. Ідеї координації та об'єднання спільних зусиль завойовують останнім часом все більше прихильників. Підприємці приходять до висновку, що вирішувати проблеми та здійснювати дійсно рішучі дії краще і легше разом. Сьогодні складно знайти представника малого чи середнього бізнесу, що не є членом якого-небудь професійного об'єднання, торговельно-промислової палати, федерації виробників і працедавців або галузевої бізнес-асоціації. Багато громадських організацій регулярно видають інформаційні бюлетені і розповсюджують їх серед своїх членів, деякі видають спеціалізовані журнали, мають свої сайти, що сприяє оперативному розповсюдженню інформації [149].

В Україні налічується велика кількість громадських об'єднань підприємців, які об'єднують різні групи підприємців за різними ознаками. Переважно у великих містах, промислово розвинених регіонах та центрах створюються регіональні та галузеві бізнес-асоціації.

До об'єднань загального спрямування належать: Український Союз промисловців і підприємців, Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, Українська рада промисловців і підприємців, Спілка орендарів і підприємців України, «Союз нової формації України», Всеукраїнське громадське об'єднання «Нова генерація», Агенція з розвитку малого та середнього підприємництва, Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання», Всеукраїнське об'єднання підприємців малого та середнього бізнесу «Фортеця», Всеукраїнське громадське об'єднання підприємців «Нова Формація», Діловий Союз України тощо.

Дедалі частіше підприємці об'єднуються між собою за професійними ознаками: Всеукраїнське об'єднання обласних організацій роботодавців підприємств машинобудівної та металообробної галузей «Металіндустрія – Україна», Асоціація роботодавців торгівлі та комерційної сфери економіки України, Асоціація приватних пекарів та кондитерів

руми «Влада і бізнес-партнери» за участю вищих посадових осіб держави. Створено і діє понад тисячу галузевих громадських рад при центральних та місцевих органах виконавчої влади, які є ефективним механізмом впливу громадськості на вироблення політики певного державного органу. Основними галузями, за якими діють ради є торгівля, ринки, промисловість, сільське господарство, транспорт та фармацевтична діяльність. Розроблено проект Закону України «Про саморегулівні організації», яким саморегулівним організаціям надається право розробляти і затверджувати стандарти, правила та вимоги до здійснення підприємницької або професійної діяльності, обов'язкові для всіх членів організації.

Одним із **основних завдань** бізнес-об'єднань – громадських організацій, спілок, асоціацій – є представлення інтересів їх членів у владі. За 20 років існування в нашій країні підприємництва з'являлося і зникало безліч найрізноманітніших об'єднань і союзів бізнесменів. Ідеї координації та об'єднання спільних зусиль завойовують останнім часом все більше прихильників. Підприємці приходять до висновку, що вирішувати проблеми та здійснювати дійсно рішучі дії краще і легше разом. Сьогодні складно знайти представника малого чи середнього бізнесу, що не є членом якого-небудь професійного об'єднання, торговельно-промислової палати, федерації виробників і працедавців або галузевої бізнес-асоціації. Багато громадських організацій регулярно видають інформаційні бюлетені і розповсюджують їх серед своїх членів, деякі видають спеціалізовані журнали, мають свої сайти, що сприяє оперативному розповсюдженню інформації [149].

В Україні налічується велика кількість громадських об'єднань підприємців, які об'єднують різні групи підприємців за різними ознаками. Переважно у великих містах, промислово розвинених регіонах та центрах створюються регіональні та галузеві бізнес-асоціації.

До об'єднань загального спрямування належать: Український Союз промисловців і підприємців, Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, Українська рада промисловців і підприємців, Спілка орендарів і підприємців України, «Союз нової формації України», Всеукраїнське громадське об'єднання «Нова генерація», Агенція з розвитку малого та середнього підприємництва, Асоціація сприяння розвитку приватного підприємництва в Україні «Єднання», Всеукраїнське об'єднання підприємців малого та середнього бізнесу «Фортеця», Всеукраїнське громадське об'єднання підприємців «Нова Формація», Діловий Союз України тощо.

Дедалі частіше підприємці об'єднуються між собою за професійними ознаками: Всеукраїнське об'єднання обласних організацій роботодавців підприємств машинобудівної та металообробної галузей «Металіндустрія – Україна», Асоціація роботодавців торгівлі та комерційної сфери економіки України, Асоціація приватних пекарів та кондитерів

України, Асоціація фермерів України, «Союз Ювелірів України», Асоціація українських підприємств вторинних металів «Втормет», Всеукраїнське об'єднання зброярів, Асоціація виробників та будівельників полімерних трубопроводів, Союз оптовиків і виробників алкоголю та тютюну, Асоціація суднобудівників України «Укрсудпром», Ліга нафтопромисловців України (ЛНУ), Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, Спілка молочних підприємств України тощо. Об'єднання, що займаються майновими питаннями: Всеукраїнська асоціація управління інвестиціями, Асоціація ріелтерів України, Асоціація інвестиційного бізнесу, Фонд соціального захисту та післяприватизаційної підтримки колективних та приватизованих власників тощо. Надання консультаційних послуг: Асоціація консультаційних фірм України «Укрконсалтинг», Ліга страхових організацій України, Українська асоціація маркетингу, Українська асоціація якості тощо. Громадські організації, які об'єднують мережу закладів інфраструктури з питань підтримки малого та середнього бізнесу: Українська асоціація бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів, Всеукраїнська асоціація лізингу «Укрлізинг», Національна асоціація кредитних спілок, Товарно-сировинна біржа малих підприємств «БІМП» тощо. Громадські організації за соціальною спрямованістю: Асоціація працездатних інвалідів, Всеукраїнська асоціація жінок-підприємців, Рада молодих підприємців України, Українська міжнародна благодійна федерація ділових жінок «Либідь», Всеукраїнське громадське об'єднання «Нова генерація», Українська ліга молодих підприємців тощо. Громадські організації за національними ознаками: Асоціація підприємців, торговців та промисловців «Українсько-Ізраїльська торгова палата», Міжнародна громадська організація «Торговий дім Україна – В'єтнам», Союз українок, Об'єднання громадян «Міжнародна асоціація греків-підприємців» та інші.

Об'єднання по регіонах: Громадська організація «Ділова спілка півдня України», Підприємницька Рада Сумщини, Об'єднання підприємців Харківської області «Слобожанщина», Закарпатська обласна Асоціація угорських підприємців, Ліга підприємців Тернопільщини тощо. З підтримки міжнародного бізнесу: Асоціація сприяння міжнародному бізнесу, Європейська асоціація бізнесу (ЄВА) тощо [149].

Однак, через відсутність чітких програм, організаційного досвіду, ресурсних можливостей та достатньо значної громадської підтримки багатьох організацій виявилися нежиттєздатними, перетворилися на формальні структури. Небагато підприємницьких громадських організацій продовжують активно відстоювати інтереси підприємців. Вони об'єдналися в Міжнародну громадську організацію «Форум лідерів бізнесу України», Національний клуб лідерів громадських об'єднань підприємців, Асамблею громадських організацій малого та середнього бізнесу тощо. Триває постійне оновлення діючих та створення нових організацій.

України, Асоціація фермерів України, «Союз Ювелірів України», Асоціація українських підприємств вторинних металів «Втормет», Всеукраїнське об'єднання зброярів, Асоціація виробників та будівельників полімерних трубопроводів, Союз оптовиків і виробників алкоголю та тютюну, Асоціація суднобудівників України «Укрсудпром», Ліга нафтопромисловців України (ЛНУ), Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, Спілка молочних підприємств України тощо. Об'єднання, що займаються майновими питаннями: Всеукраїнська асоціація управління інвестиціями, Асоціація ріелтерів України, Асоціація інвестиційного бізнесу, Фонд соціального захисту та післяприватизаційної підтримки колективних та приватизованих власників тощо. Надання консультаційних послуг: Асоціація консультаційних фірм України «Укрконсалтинг», Ліга страхових організацій України, Українська асоціація маркетингу, Українська асоціація якості тощо. Громадські організації, які об'єднують мережу закладів інфраструктури з питань підтримки малого та середнього бізнесу: Українська асоціація бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів, Всеукраїнська асоціація лізингу «Укрлізинг», Національна асоціація кредитних спілок, Товарно-сировинна біржа малих підприємств «БІМП» тощо. Громадські організації за соціальною спрямованістю: Асоціація працездатних інвалідів, Всеукраїнська асоціація жінок-підприємців, Рада молодих підприємців України, Українська міжнародна благодійна федерація ділових жінок «Либідь», Всеукраїнське громадське об'єднання «Нова генерація», Українська ліга молодих підприємців тощо. Громадські організації за національними ознаками: Асоціація підприємців, торговців та промисловців «Українсько-Ізраїльська торгова палата», Міжнародна громадська організація «Торговий дім Україна – В'єтнам», Союз українок, Об'єднання громадян «Міжнародна асоціація греків-підприємців» та інші.

Об'єднання по регіонах: Громадська організація «Ділова спілка півдня України», Підприємницька Рада Сумщини, Об'єднання підприємців Харківської області «Слобожанщина», Закарпатська обласна Асоціація угорських підприємців, Ліга підприємців Тернопільщини тощо. З підтримки міжнародного бізнесу: Асоціація сприяння міжнародному бізнесу, Європейська асоціація бізнесу (ЄВА) тощо [149].

Однак, через відсутність чітких програм, організаційного досвіду, ресурсних можливостей та достатньо значної громадської підтримки багатьох організацій виявилися нежиттєздатними, перетворилися на формальні структури. Небагато підприємницьких громадських організацій продовжують активно відстоювати інтереси підприємців. Вони об'єдналися в Міжнародну громадську організацію «Форум лідерів бізнесу України», Національний клуб лідерів громадських об'єднань підприємців, Асамблею громадських організацій малого та середнього бізнесу тощо. Триває постійне оновлення діючих та створення нових організацій.

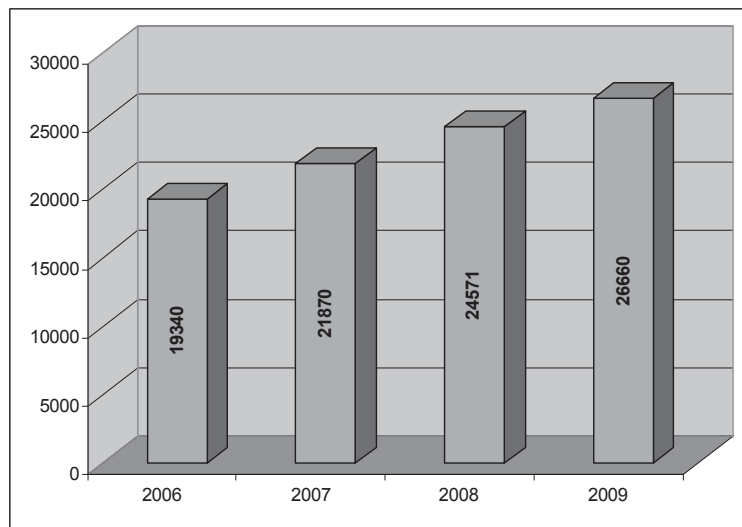


Рисунок 8.1 – Кількість професійних об'єднань та галузевих бізнес-асоціацій в Україні (за даними держкомстату) [138].

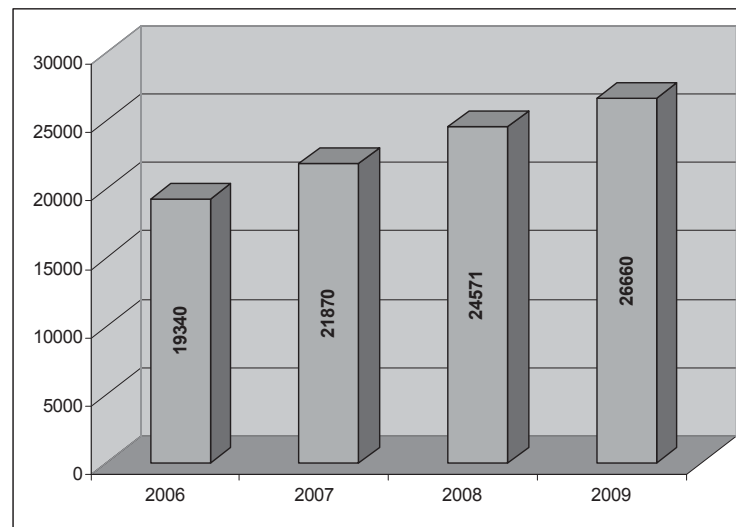


Рисунок 8.1 – Кількість професійних об'єднань та галузевих бізнес-асоціацій в Україні (за даними держкомстату) [138].

Створення подібних об'єднань – це бажання всіх учасників економічної діяльності знайти додаткову стійкість і захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси. **Спілки та асоціації пропонують підприємцям:**

- правову підтримку і захист їхніх економічних, професійних, соціальних інтересів;
- консультативно-юридичну, інформаційну допомогу, консультації і аудиторське обслуговування, централізоване забезпечення усією необхідною інформацією з коментарями про закони, постанови, інструкції;
- навчання й підвищення кваліфікації, професіоналізму підприємців, проведення конгресів, конференцій, семінарів, симпозіумів, ділових зустрічей, консультацій з правових питань, ведення бухгалтерського обліку, оподаткування;
- сприяння в інвестуванні виробництва, промислової кооперації, розвитку торгової діяльності;
- встановлення прямих зв'язків між фірмами й малими підприємствами, діловими колами України та іноземних держав.

Одним з важливих напрямів діяльності бізнес-асоціацій є захист прав та інтересів підприємництва, лобювання його інтересів в парламенті, уряді, місцевих органах влади. Як приклад успішної співпраці громадських об'єднань підприємців, можна назвати створення Коорди-

Створення подібних об'єднань – це бажання всіх учасників економічної діяльності знайти додаткову стійкість і захистити свої соціальні, політичні та корпоративні інтереси. **Спілки та асоціації пропонують підприємцям:**

- правову підтримку і захист їхніх економічних, професійних, соціальних інтересів;
- консультативно-юридичну, інформаційну допомогу, консультації і аудиторське обслуговування, централізоване забезпечення усією необхідною інформацією з коментарями про закони, постанови, інструкції;
- навчання й підвищення кваліфікації, професіоналізму підприємців, проведення конгресів, конференцій, семінарів, симпозіумів, ділових зустрічей, консультацій з правових питань, ведення бухгалтерського обліку, оподаткування;
- сприяння в інвестуванні виробництва, промислової кооперації, розвитку торгової діяльності;
- встановлення прямих зв'язків між фірмами й малими підприємствами, діловими колами України та іноземних держав.

Одним з важливих напрямів діяльності бізнес-асоціацій є захист прав та інтересів підприємництва, лобювання його інтересів в парламенті, уряді, місцевих органах влади. Як приклад успішної співпраці громадських об'єднань підприємців, можна назвати створення Коорди-

наційно-експертного центру, до складу якого на початковому етапі увійшли 12 об'єднань підприємців. Головне завдання Центру – експертиза законопроектів і вже діючих законів та нормативних актів, які стосуються підприємництва, та вироблення конкретних рекомендацій і пропозицій з метою спрощення податкової системи, зменшення податкового тиску, спрощення регулятивного впливу тощо. Сьогодні у складі Центру – 45 громадських об'єднань, дві третини з них – це регіональні спілки та асоціації. Нерідко підприємці через свої бізнес-асоціації активно лобіюють власні інтереси в місцевих органах влади. Захист прав підприємців у державних органах виконавчої влади може відбуватися різноманітними засобами: подання заяв і клопотань, позови від імені членів до судів та Арбітражних судів, страхування цивільної або майнової відповідальності членів організації, оприлюднення порушень прав підприємців у засобах масової інформації, розробка доповідей та оглядів про стан забезпечення права на підприємницьку діяльність, лобювання нормативних актів на рівні регіонів або галузей. Громадські організації можуть виконувати свої функції в процесі соціального партнерства також на випередження: представники громадських організацій повинні включатися у склад органів, які вирішують адміністративні питання, що порушують права їх членів, їх висновок повинен стати вагомим під час прийняття рішень з таких питань. Участь громадських організацій у дорадчих або паритетних органах, громадських слуханнях із питань, що стосуються права на підприємницьку діяльність, підготовка нормативних актів, що регламентують здійснення цього права має стати визнаним напрямком діяльності громадських організацій [57].

При активній участі громадських організацій значно зменшено адміністративний тиск на підприємців, запроваджено альтернативні схеми оподаткування, впорядковано процедури розробки та прийняття регуляторних актів, скорочено перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації тощо. Найбільш впливові громадські об'єднання підприємців постійно піклуються про кадрове забезпечення малого підприємництва, професійну підготовку юнацтва до роботи в малому і середньому бізнесі, навчання молоді основам підприємництва, підтримки та розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Так, наприклад, при Спілці підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України працює Навчальний центр «Професія», укладено договори про співробітництво з Київським державним лінгвістичним університетом, Київським гуманітарним інститутом, Європейським університетом тощо.

З метою об'єднання зусиль громадських організацій, рад, фермерських об'єднань, асоціацій провадяться бізнес-форуми: міжрегіональні та регіональні; засідання «круглих столів», семінари, наукові конференції, громадські слухання. За допомогою таких заходів громадські організації привертають увагу до свого регіону, розповсюджують інформацію

наційно-експертного центру, до складу якого на початковому етапі увійшли 12 об'єднань підприємців. Головне завдання Центру – експертиза законопроектів і вже діючих законів та нормативних актів, які стосуються підприємництва, та вироблення конкретних рекомендацій і пропозицій з метою спрощення податкової системи, зменшення податкового тиску, спрощення регулятивного впливу тощо. Сьогодні у складі Центру – 45 громадських об'єднань, дві третини з них – це регіональні спілки та асоціації. Нерідко підприємці через свої бізнес-асоціації активно лобіюють власні інтереси в місцевих органах влади. Захист прав підприємців у державних органах виконавчої влади може відбуватися різноманітними засобами: подання заяв і клопотань, позови від імені членів до судів та Арбітражних судів, страхування цивільної або майнової відповідальності членів організації, оприлюднення порушень прав підприємців у засобах масової інформації, розробка доповідей та оглядів про стан забезпечення права на підприємницьку діяльність, лобювання нормативних актів на рівні регіонів або галузей. Громадські організації можуть виконувати свої функції в процесі соціального партнерства також на випередження: представники громадських організацій повинні включатися у склад органів, які вирішують адміністративні питання, що порушують права їх членів, їх висновок повинен стати вагомим під час прийняття рішень з таких питань. Участь громадських організацій у дорадчих або паритетних органах, громадських слуханнях із питань, що стосуються права на підприємницьку діяльність, підготовка нормативних актів, що регламентують здійснення цього права має стати визнаним напрямком діяльності громадських організацій [57].

При активній участі громадських організацій значно зменшено адміністративний тиск на підприємців, запроваджено альтернативні схеми оподаткування, впорядковано процедури розробки та прийняття регуляторних актів, скорочено перелік продукції, що підлягає обов'язковій сертифікації тощо. Найбільш впливові громадські об'єднання підприємців постійно піклуються про кадрове забезпечення малого підприємництва, професійну підготовку юнацтва до роботи в малому і середньому бізнесі, навчання молоді основам підприємництва, підтримки та розвитку молодіжного підприємництва в Україні. Так, наприклад, при Спілці підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України працює Навчальний центр «Професія», укладено договори про співробітництво з Київським державним лінгвістичним університетом, Київським гуманітарним інститутом, Європейським університетом тощо.

З метою об'єднання зусиль громадських організацій, рад, фермерських об'єднань, асоціацій провадяться бізнес-форуми: міжрегіональні та регіональні; засідання «круглих столів», семінари, наукові конференції, громадські слухання. За допомогою таких заходів громадські організації привертають увагу до свого регіону, розповсюджують інформацію

про його можливості, демонструють стан розвитку підприємництва, допомагають налагодженню контактів.

Разом з тим, вплив громадських об'єднань підприємців на темпи розвитку бізнесу ще не є достатньо потужним. Можливості підприємництва надто мало використовуються у вирішенні питань бідності, безробіття, наповнення державних і місцевих бюджетів, насичення товарних ринків, розв'язання соціально-побутових проблем. В окремих регіонах нерівномірно розвивається підприємництво, допускаються порушення законодавства з питань підприємництва, порядку реєстрації та регулювання діяльності підприємницьких структур тощо.

Як засвідчує світовий досвід, одним з напрямків демонополізації управління економікою, а водночас – і стимулом розвитку провідних громадських об'єднань, може стати передача їм частини функцій, які зараз належать державі. Зокрема, надання певної частини державної підтримки малого підприємництва, інноваційного бізнесу тощо через галузеві та регіональні асоціації. Громадські об'єднання можуть, відігравати роль поручителів при отриманні кредитів, надавати підприємствам рекомендації, виступати суб'єктами сертифікації тощо [138].

Деякі благодійні організації та фонди держав працюють на території України та підтримують діяльність громадських організацій: Міжнародний Фонд «Відродження», Дім свободи в Україні. Безпосередньо підтримкою розвитку підприємництва та громадських організацій підприємців займаються: Міжнародні програми економічного розвитку Інституту «Відкрите суспільство», Суспільний Добровільний Фонд «Науково-технологічний парк» за підтримкою Агентства Міжнародного розвитку США (USAID), Міжнародний фонд соціальної адаптації, Американо-українська Програма «Розвиток Бізнес Інкубаторів в Україні» (ВІД) за фінансової підтримки USAID тощо.

Таким чином, перед громадськими об'єднаннями підприємців у сучасному громадянському суспільстві постають наступні завдання [38]:

- допомогти підприємцям усвідомити їхні корпоративні інтереси, в тому числі – стратегічні, визначити перешкоди, що стоять на шляху їхньої адаптації до ринкової економіки, сформулювати вимоги щодо макроекономічного середовища, яке б сприяло розвитку підприємництва, пропозиції щодо необхідних заходів державної економічної політики, забезпечити оперативний обмін інформацією між членами об'єднання та між об'єднаннями, інформування засобів масової інформації, формування відповідної громадської думки;
- виробити та проводити власну послідовну економічну політику, спрямовану на захист інтересів підприємництва в Україні, співпрацюючи з іншими об'єднаннями підприємців та державою;
- забезпечувати ділову підтримку повсякденного функціонування суб'єктів господарської діяльності, спрямовану на захист їхніх юридич-

про його можливості, демонструють стан розвитку підприємництва, допомагають налагодженню контактів.

Разом з тим, вплив громадських об'єднань підприємців на темпи розвитку бізнесу ще не є достатньо потужним. Можливості підприємництва надто мало використовуються у вирішенні питань бідності, безробіття, наповнення державних і місцевих бюджетів, насичення товарних ринків, розв'язання соціально-побутових проблем. В окремих регіонах нерівномірно розвивається підприємництво, допускаються порушення законодавства з питань підприємництва, порядку реєстрації та регулювання діяльності підприємницьких структур тощо.

Як засвідчує світовий досвід, одним з напрямків демонополізації управління економікою, а водночас – і стимулом розвитку провідних громадських об'єднань, може стати передача їм частини функцій, які зараз належать державі. Зокрема, надання певної частини державної підтримки малого підприємництва, інноваційного бізнесу тощо через галузеві та регіональні асоціації. Громадські об'єднання можуть, відігравати роль поручителів при отриманні кредитів, надавати підприємствам рекомендації, виступати суб'єктами сертифікації тощо [138].

Деякі благодійні організації та фонди інших держав працюють на території України та підтримують діяльність громадських організацій: Міжнародний Фонд «Відродження», Дім свободи в Україні. Безпосередньо підтримкою розвитку підприємництва та громадських організацій підприємців займаються: Міжнародні програми економічного розвитку Інституту «Відкрите суспільство», Суспільний Добровільний Фонд «Науково-технологічний парк» за підтримкою Агентства Міжнародного розвитку США (USAID), Міжнародний фонд соціальної адаптації, Американо-українська Програма «Розвиток Бізнес Інкубаторів в Україні» (ВІД) за фінансової підтримки USAID тощо.

Таким чином, перед громадськими об'єднаннями підприємців у сучасному громадянському суспільстві постають наступні завдання [38]:

- допомогти підприємцям усвідомити їхні корпоративні інтереси, в тому числі – стратегічні, визначити перешкоди, що стоять на шляху їхньої адаптації до ринкової економіки, сформулювати вимоги щодо макроекономічного середовища, яке б сприяло розвитку підприємництва, пропозиції щодо необхідних заходів державної економічної політики, забезпечити оперативний обмін інформацією між членами об'єднання та між об'єднаннями, інформування засобів масової інформації, формування відповідної громадської думки;
- виробити та проводити власну послідовну економічну політику, спрямовану на захист інтересів підприємництва в Україні, співпрацюючи з іншими об'єднаннями підприємців та державою;
- забезпечувати ділову підтримку повсякденного функціонування суб'єктів господарської діяльності, спрямовану на захист їхніх юридич-

них прав, навчання кадрів, проведення прикладних наукових досліджень, інформаційне забезпечення, юридичне, економічне, науково-технічне консультування, рекламні послуги, підтримку безпеки господарської діяльності тощо.

Наступним етапом розвитку підприємництва в Україні повинен стати перехід від самоорганізації до саморегулювання, отримання від держави частини його функцій і повноважень у сфері господарської діяльності. Від винятково захисних функцій поступово здійснюється перехід до наступної стадії – цивілізованому лобюванню інтересів малого і середнього бізнесу в органах влади. Малому і середньому бізнесу стає тісно в рамках профоб'єднань або бізнес-асоціацій: вони хочуть дійсно реальні повноваження – самостійно встановлювати правила гри на конкретному профільному ринку, визначати санкції за їх порушення, будувати механізми вирішення корпоративних конфліктів. Бізнес-асоціації прагнуть трансформуватися в саморегульовані організації. В даний час в Україні в статусі саморегульованих організацій (СРО) працює п'ять структур на ринку оцінки землі і майна, три – на ринку цінних паперів і одна – у сфері недержавного пенсійного забезпечення. Наприклад, Держкомісія по цінних паперах і фондовому ринку України передала СРО функції по розробці стандартів і правил професійної діяльності, а незабаром вони можуть отримати повноваження у сфері передліцензійної роботи, підготовки, перепідготовки і попередньої сертифікації фахівців.

Держава також виграє від впровадження саморегулювання: істотно зменшується чисельність зайнятих в наглядових держорганах, вивільняються висококваліфіковані чиновники для вирішення інших завдань, знижується рівень корупції та досягається значна економія бюджетних коштів. Не залишаться у програті і споживачі послуг і товарів – збиток від неякісної продукції компенсуватимуть СРО. Для цього в таких організаціях мають бути фонди, що складаються з членських внесків [138].

8.4 Венчурні підприємства. Офшорні фірми

Під інноваційним підприємництвом розуміють процеси створення і комерційного використання нововведень. Зазвичай, в основі підприємницької інноваційної діяльності лежать нововведення в області продукції чи послуг, що дають змогу створити новий ринок, задовольнити нові потреби. **За способом** організації інноваційного процесу у фірмі можна виокремити три моделі інноваційного підприємництва [101]:

– Інноваційне підприємництво на основі внутрішньої організації, коли інновація створюється і освоюється всередині фірми її спеціалізованими підрозділами.

них прав, навчання кадрів, проведення прикладних наукових досліджень, інформаційне забезпечення, юридичне, економічне, науково-технічне консультування, рекламні послуги, підтримку безпеки господарської діяльності тощо.

Наступним етапом розвитку підприємництва в Україні повинен стати перехід від самоорганізації до саморегулювання, отримання від держави частини його функцій і повноважень у сфері господарської діяльності. Від винятково захисних функцій поступово здійснюється перехід до наступної стадії – цивілізованому лобюванню інтересів малого і середнього бізнесу в органах влади. Малому і середньому бізнесу стає тісно в рамках профоб'єднань або бізнес-асоціацій: вони хочуть дійсно реальні повноваження – самостійно встановлювати правила гри на конкретному профільному ринку, визначати санкції за їх порушення, будувати механізми вирішення корпоративних конфліктів. Бізнес-асоціації прагнуть трансформуватися в саморегульовані організації. В даний час в Україні в статусі саморегульованих організацій (СРО) працює п'ять структур на ринку оцінки землі і майна, три – на ринку цінних паперів і одна – у сфері недержавного пенсійного забезпечення. Наприклад, Держкомісія по цінних паперах і фондовому ринку України передала СРО функції по розробці стандартів і правил професійної діяльності, а незабаром вони можуть отримати повноваження у сфері передліцензійної роботи, підготовки, перепідготовки і попередньої сертифікації фахівців.

Держава також виграє від впровадження саморегулювання: істотно зменшується чисельність зайнятих в наглядових держорганах, вивільняються висококваліфіковані чиновники для вирішення інших завдань, знижується рівень корупції та досягається значна економія бюджетних коштів. Не залишаться у програті і споживачі послуг і товарів – збиток від неякісної продукції компенсуватимуть СРО. Для цього в таких організаціях мають бути фонди, що складаються з членських внесків [138].

8.4 Венчурні підприємства. Офшорні фірми

Під інноваційним підприємництвом розуміють процеси створення і комерційного використання нововведень. Зазвичай, в основі підприємницької інноваційної діяльності лежать нововведення в області продукції чи послуг, що дають змогу створити новий ринок, задовольнити нові потреби. **За способом** організації інноваційного процесу у фірмі можна виокремити три моделі інноваційного підприємництва [101]:

– Інноваційне підприємництво на основі внутрішньої організації, коли інновація створюється і освоюється всередині фірми її спеціалізованими підрозділами.

– Інноваційне підприємництво на основі зовнішніх організацій за допомогою контрактів, коли замовлення на створення й освоєння інновації розміщується між сторонніми організаціями.

– Інноваційне підприємництво на основі зовнішньої організації за допомогою венчурів, коли фірма для реалізації інноваційного проекту організовує дочірні венчурні фірми, що залучають додаткові фінансові та інші засоби.

Венчурні підприємства (англ. ventures, від англійського слова «venture»-ризик) – підприємства, які здійснюють наукові дослідження, інженерні розробки і впроваджують нововведення, зокрема на замовлення великих фірм і за державними субконтрактами. Це невеликі, але гнучкі й ефективні підприємства, що створюються з метою апробації, доробки і доведення до промислової реалізації ризикових інновацій. У деяких випадках венчурні фірми є тимчасовими організаційними структурами, що створені для вирішення конкретної проблеми. Після досягнення мети вони, зазвичай, продаються, поглинаються великою фірмою або продовжують своє функціонування як нова розвинена фірма. Сучасні венчурні фірми – це гнучкі і мобільні структури, що характеризуються надзвичайно високою активністю, зумовленою залученням висококваліфікованих, талановитих спеціалістів і створенням відповідних стимулів для винахідницької діяльності. Венчурні фірми – це здебільшого малі підприємства у новітніх галузях виробництва (електроніка, біохімія, біоінженерія, виробництво споживчих товарів), в яких відбувається інтенсивна зміна поколінь продуктів і технологій [80].

Виділяють дві групи венчурних підприємств: самостійні фірми і такі, що входять до складу великих компаній і фінансових груп. Венчурні фірми – посередник між фундаментальними дослідженнями та масовим виробництвом нового продукту, що активізують інноваційну діяльність, прискорюють впровадження новітніх технологій. Завдяки створенню венчурних підприємств можна вирішити головну економічну проблему науково-технічних розробок – зниження технологічних ризиків.

Статутний капітал венчурних підприємств формується із засобів власників інтелектуального капіталу та з капіталу професійних (венчурних) інвесторів. Вкладення в такі фірми характеризується високим рівнем ризику та високим рівнем доходу.

Венчурний капітал – один з чинників, які підтримують розвиток бізнесу. Це пояснюється тим, що венчурні фонди постійно шукають нові підприємства, які можуть принести велику прибутковість в довгостроковій перспективі, але які ще слабкі (вірніше – з підвищеним ризиком) для стратегічного інвестора.

Венчурний (ризиковий) капітал, як альтернативне джерело фінансування приватного бізнесу виник у США в середині 50-х років. У Європі він з'явився тільки наприкінці 70-х рр. Сьогодні венчурний капітал на-

– Інноваційне підприємництво на основі зовнішніх організацій за допомогою контрактів, коли замовлення на створення й освоєння інновації розміщується між сторонніми організаціями.

– Інноваційне підприємництво на основі зовнішньої організації за допомогою венчурів, коли фірма для реалізації інноваційного проекту організовує дочірні венчурні фірми, що залучають додаткові фінансові та інші засоби.

Венчурні підприємства (англ. ventures, від англійського слова «venture»-ризик) – підприємства, які здійснюють наукові дослідження, інженерні розробки і впроваджують нововведення, зокрема на замовлення великих фірм і за державними субконтрактами. Це невеликі, але гнучкі й ефективні підприємства, що створюються з метою апробації, доробки і доведення до промислової реалізації ризикових інновацій. У деяких випадках венчурні фірми є тимчасовими організаційними структурами, що створені для вирішення конкретної проблеми. Після досягнення мети вони, зазвичай, продаються, поглинаються великою фірмою або продовжують своє функціонування як нова розвинена фірма. Сучасні венчурні фірми – це гнучкі і мобільні структури, що характеризуються надзвичайно високою активністю, зумовленою залученням висококваліфікованих, талановитих спеціалістів і створенням відповідних стимулів для винахідницької діяльності. Венчурні фірми – це здебільшого малі підприємства у новітніх галузях виробництва (електроніка, біохімія, біоінженерія, виробництво споживчих товарів), в яких відбувається інтенсивна зміна поколінь продуктів і технологій [80].

Виділяють дві групи венчурних підприємств: самостійні фірми і такі, що входять до складу великих компаній і фінансових груп. Венчурні фірми – посередник між фундаментальними дослідженнями та масовим виробництвом нового продукту, що активізують інноваційну діяльність, прискорюють впровадження новітніх технологій. Завдяки створенню венчурних підприємств можна вирішити головну економічну проблему науково-технічних розробок – зниження технологічних ризиків.

Статутний капітал венчурних підприємств формується із засобів власників інтелектуального капіталу та з капіталу професійних (венчурних) інвесторів. Вкладення в такі фірми характеризується високим рівнем ризику та високим рівнем доходу.

Венчурний капітал – один з чинників, які підтримують розвиток бізнесу. Це пояснюється тим, що венчурні фонди постійно шукають нові підприємства, які можуть принести велику прибутковість в довгостроковій перспективі, але які ще слабкі (вірніше – з підвищеним ризиком) для стратегічного інвестора.

Венчурний (ризиковий) капітал, як альтернативне джерело фінансування приватного бізнесу виник у США в середині 50-х років. У Європі він з'явився тільки наприкінці 70-х рр. Сьогодні венчурний капітал на-

був значного розвитку у передових країнах. Необхідно відзначити, що найбільшого поширення венчурне підприємництво набуло в США. За обсягами американський ринок «ризикового» капіталу значно перевершує західноєвропейський та японський. У США венчурний бізнес зосереджено у найбільш наукомістких галузях – виробництві напівпровідників, комп'ютерів, програмного забезпечення тощо. Венчурне фінансування стимулює розвиток науково-технічного прогресу, сприяє прискоренню впровадження новітніх досягнень науки у виробництво. Саме через венчурні фонди корпорації здійснюють ринкове фінансування малих та середніх фірм. Венчурний капітал відрізняється від інших джерел фінансування трьома ознаками: інвестиція, зазвичай, здійснюється у формі участі у статутному фонді підприємства; інвестиція є довгостроковою; інвестори беруть активну участь у діяльності компанії, яку вони фінансують. Інвестор дає гроші в обмін на частку компанії. Він не приходять в бізнес назавжди. Інвестуючи в бізнес, венчурний фонд розраховує через декілька років продати свою частку тому саме стратегічному інвесторові, для якого на даний момент підприємство ризиковано. Але може і не продати. На цьому і базуються венчурні інвестиції: ризик прогоріти великий, але втрати покриваються успішними проектами. Тобто, купивши маленьку, але перспективну компанію, вони, вкладаючи в неї інвестиції, допомагають стати великою і продають набагато дорожче, ніж витратили на компанію за весь час [71].

Це якісно новий засіб фінансування ризикового підприємства, яке працює над втіленням у виробництво певної ідеї або проекту. Ризикові підприємства не повертають вкладені у них кошти і не виплачують відсотки на них. Зате інвестор отримує права на всі запатентовані й незапатентовані ноу-хау, інновації й засновницький прибуток від діяльності такого підприємства в разі успіху. У венчурних інвесторів немає застави, немає відсотків, і для початку потрібний лише бізнес план. Дослідження показали, що більше 90% тих, хто звернувся до венчурних фондів, отримують відмову на етапі бізнес-плану. Цей документ повинен надавати чітке уявлення щодо напрямів діяльності підприємства, необхідних коштів, а також коли і яким чином планується повернення інвестицій. Процес отримання фінансування від венчурного інвестора може займати від півроку до 2 років і практично ніколи інвестор не вкладає в бізнес 100% необхідних коштів (від 20 до 50%, в дуже окремих випадках може дійти до 70%). Незаперечною перевагою венчурних фондів є їх величезний досвід в управлінні і веденні бізнесу.

Венчурний капітал може надходити з різних джерел. Це можуть бути гроші великих компаній, держави, спеціалізованих інвестиційних фондів або банків. В широкому значенні під венчурним фінансуванням розуміються всі вкладення у ризикові, з точки зору фінансових результатів, проекти, перш за все в галузі високих технологій. У вузькому

був значного розвитку у передових країнах. Необхідно відзначити, що найбільшого поширення венчурне підприємництво набуло в США. За обсягами американський ринок «ризикового» капіталу значно перевершує західноєвропейський та японський. У США венчурний бізнес зосереджено у найбільш наукомістких галузях – виробництві напівпровідників, комп'ютерів, програмного забезпечення тощо. Венчурне фінансування стимулює розвиток науково-технічного прогресу, сприяє прискоренню впровадження новітніх досягнень науки у виробництво. Саме через венчурні фонди корпорації здійснюють ринкове фінансування малих та середніх фірм. Венчурний капітал відрізняється від інших джерел фінансування трьома ознаками: інвестиція, зазвичай, здійснюється у формі участі у статутному фонді підприємства; інвестиція є довгостроковою; інвестори беруть активну участь у діяльності компанії, яку вони фінансують. Інвестор дає гроші в обмін на частку компанії. Він не приходять в бізнес назавжди. Інвестуючи в бізнес, венчурний фонд розраховує через декілька років продати свою частку тому саме стратегічному інвесторові, для якого на даний момент підприємство ризиковано. Але може і не продати. На цьому і базуються венчурні інвестиції: ризик прогоріти великий, але втрати покриваються успішними проектами. Тобто, купивши маленьку, але перспективну компанію, вони, вкладаючи в неї інвестиції, допомагають стати великою і продають набагато дорожче, ніж витратили на компанію за весь час [71].

Це якісно новий засіб фінансування ризикового підприємства, яке працює над втіленням у виробництво певної ідеї або проекту. Ризикові підприємства не повертають вкладені у них кошти і не виплачують відсотки на них. Зате інвестор отримує права на всі запатентовані й незапатентовані ноу-хау, інновації й засновницький прибуток від діяльності такого підприємства в разі успіху. У венчурних інвесторів немає застави, немає відсотків, і для початку потрібний лише бізнес план. Дослідження показали, що більше 90% тих, хто звернувся до венчурних фондів, отримують відмову на етапі бізнес-плану. Цей документ повинен надавати чітке уявлення щодо напрямів діяльності підприємства, необхідних коштів, а також коли і яким чином планується повернення інвестицій. Процес отримання фінансування від венчурного інвестора може займати від півроку до 2 років і практично ніколи інвестор не вкладає в бізнес 100% необхідних коштів (від 20 до 50%, в дуже окремих випадках може дійти до 70%). Незаперечною перевагою венчурних фондів є їх величезний досвід в управлінні і веденні бізнесу.

Венчурний капітал може надходити з різних джерел. Це можуть бути гроші великих компаній, держави, спеціалізованих інвестиційних фондів або банків. В широкому значенні під венчурним фінансуванням розуміються всі вкладення у ризикові, з точки зору фінансових результатів, проекти, перш за все в галузі високих технологій. У вузькому

значенні венчурне фінансування означає довго- або середньострокові інвестиції у вигляді кредитів або вкладень в акції, які випускаються венчурними фондами з метою створення і розвитку малих швидкозростаючих компаній.

Зазвичай, організація ризикового бізнесу відбувається таким чином. Група з декількох людей (або навіть одна людина), яка володіє оригінальною ідеєю в галузі нової технології або виробництва нової продукції, але не має засобів, потрібних для організації виробництва, розпочинає контакти з одним або декількома венчурними інвесторами. Зазвичай термін венчурного фінансування складає близько трьох-п'яти років. Після закінчення часу інвестор виходить з бізнесу, продаючи свою частку основному власнику або третій стороні – стратегічному інвесторові. Якщо досягнутий рівень розвитку потребує розширення масштабів виробництва, венчурна фірма передає ведення справ (шляхом продажу акцій) потужнішій компанії [49].

Створення венчурних підприємств вигідне гігантським компаніям, оскільки таким чином вони використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їхню енергію і творчу ініціативу, частково перекладають на них ризик нововведень. Тому кожна п'ята новинка науки і техніки, успішно впроваджена великими компаніями розвинутих країн, запозичена у невеликих фірм і дає позитивний комерційний результат. Середній прибуток на венчурний капітал приблизно вдвічі перевищує величину середнього прибутку промислових компаній країни. Значно поширений венчурний капітал і в країнах ЄС. За оцінкою міжнародної Організації економічного співробітництва і розвитку, на частку малих фірм у промислово розвинених країнах припадає 20–30 % усіх новацій, хоча частка малих підприємств у витратах на нововведення становить 4–5 %.

Відомо, що малим компаніям достатньо складно отримати необхідне фінансування на прийнятних умовах, оскільки інвестори вважають за краще мати справу з великими і вже стабільними, закріпленими на ринку компаніями. Приватні інвестори також не дуже охоче фінансують молоді високотехнологічні компанії, оскільки це пов'язано з підвищеним ризиком. Держава за допомогою комплексу прямих і непрямих заходів дії може сприяти подоланню цих «вузьких місць» ринку приватних інвестицій. Щоб якнайповніше використати позитивні аспекти малих підприємств держава повинна надавати їм всебічну підтримку. Для цього у багатьох розвинутих країнах вона допомагає малим компаніям у підготовці кадрів, розповсюджує науково-технічну інформацію, надає податкові пільги для створення нових підприємств, для їх кооперації із середніми та великими фірмами, стимулює залучення нових технологій, субсидує науково-дослідні роботи, укладає з ними контракти, звільнює від податків у разі впровадження ними передових досягнень науки і техніки, створює державні венчурні фонди тощо.

значенні венчурне фінансування означає довго- або середньострокові інвестиції у вигляді кредитів або вкладень в акції, які випускаються венчурними фондами з метою створення і розвитку малих швидкозростаючих компаній.

Зазвичай, організація ризикового бізнесу відбувається таким чином. Група з декількох людей (або навіть одна людина), яка володіє оригінальною ідеєю в галузі нової технології або виробництва нової продукції, але не має засобів, потрібних для організації виробництва, розпочинає контакти з одним або декількома венчурними інвесторами. Зазвичай термін венчурного фінансування складає близько трьох-п'яти років. Після закінчення часу інвестор виходить з бізнесу, продаючи свою частку основному власнику або третій стороні – стратегічному інвесторові. Якщо досягнутий рівень розвитку потребує розширення масштабів виробництва, венчурна фірма передає ведення справ (шляхом продажу акцій) потужнішій компанії [49].

Створення венчурних підприємств вигідне гігантським компаніям, оскільки таким чином вони використовують підприємницький талант дрібних бізнесменів, їхню енергію і творчу ініціативу, частково перекладають на них ризик нововведень. Тому кожна п'ята новинка науки і техніки, успішно впроваджена великими компаніями розвинутих країн, запозичена у невеликих фірм і дає позитивний комерційний результат. Середній прибуток на венчурний капітал приблизно вдвічі перевищує величину середнього прибутку промислових компаній країни. Значно поширений венчурний капітал і в країнах ЄС. За оцінкою міжнародної Організації економічного співробітництва і розвитку, на частку малих фірм у промислово розвинених країнах припадає 20–30 % усіх новацій, хоча частка малих підприємств у витратах на нововведення становить 4–5 %.

Відомо, що малим компаніям достатньо складно отримати необхідне фінансування на прийнятних умовах, оскільки інвестори вважають за краще мати справу з великими і вже стабільними, закріпленими на ринку компаніями. Приватні інвестори також не дуже охоче фінансують молоді високотехнологічні компанії, оскільки це пов'язано з підвищеним ризиком. Держава за допомогою комплексу прямих і непрямих заходів дії може сприяти подоланню цих «вузьких місць» ринку приватних інвестицій. Щоб якнайповніше використати позитивні аспекти малих підприємств держава повинна надавати їм всебічну підтримку. Для цього у багатьох розвинутих країнах вона допомагає малим компаніям у підготовці кадрів, розповсюджує науково-технічну інформацію, надає податкові пільги для створення нових підприємств, для їх кооперації із середніми та великими фірмами, стимулює залучення нових технологій, субсидує науково-дослідні роботи, укладає з ними контракти, звільнює від податків у разі впровадження ними передових досягнень науки і техніки, створює державні венчурні фонди тощо.

Заходи державної підтримки розвитку венчурного капіталу, які успішно використовуються в США і країнами Західної Європи, діляться на прямі і непрямі. Прямі заходи підтримки венчурного капіталу включають конкретні механізми державної підтримки, направлені на збільшення пропозиції венчурного капіталу. Ці програми, перш за все, набули форми фінансових стимулів, але також включають більш ризикові державні інвестиції в акціонерний капітал і державні кредити. Ці інструменти можуть бути направлені на фонди венчурного капіталу і/або безпосередньо на малі й середні підприємства. В США, наприклад, для малих інноваційних структур встановлено систему різноманітних пільг. Непрямі заходи передбачають розвиток конкурентних фондових ринків для малих фірм, що розвиваються, розширення спектру пропонованих фінансовими інститутами своїх продуктів, розвиток довгострокових джерел капіталу, спрощення процедури формування фондів венчурного капіталу, стимулювання взаємодії між великими і малими підприємствами й фінансовими інститутами, заохочення підприємництва. Основна причина активності держав у сфері венчурного інвестування пов'язана з усвідомленням тих важливих функцій, які венчурний капітал може ефективно виконувати в сучасній ринковій економіці. У сучасних умовах головним джерелом конкурентних переваг окремих учасників ринку стала здатність здійснювати нововведення, а на рівні економіки в цілому – стимули до інвестування в інноваційний розвиток [151].

Вигоди, які отримує суспільство від програм підтримки венчурного капіталу, не обмежуються тільки прибутками, які отримують венчурні капіталісти. Проекти, спрямовані на підтримку малих компаній, сприяють також створенню нових робочих місць, нових технологій, що мають важливе стратегічне значення для довгострокового зростання національної економіки.

Успішне функціонування малого інноваційного бізнесу можливе тільки за сприятливої інноваційної політики держави. В Україні прийнято багато законодавчих актів відносно інноваційної діяльності. Поки що у більшості українських підприємств внутрішніх ресурсів для фінансування інноваційних проектів не вистачає і тому завжди йдеться про залучення коштів із зовнішніх джерел, але комерційні банки не зацікавлені у фінансуванні інноваційної діяльності. Інноваційні процеси в Україні не набули достатніх масштабів, з кожним роком скорочується кількість інноваційно-активних підприємств у промисловості. У 2009 році їхня частка становила 12,8 %, при тому що в середині 1990-х років вона була на рівні 18-20 %, у 2007 році – 14,2 %. Ринок венчурного інвестування в Україні почав розвиватися зовсім недавно (на початку 90-х років) та венчурний бізнес знаходиться на стадії початкового розвитку. Власники фінансових ресурсів, необхідних для інвестування вен-

Заходи державної підтримки розвитку венчурного капіталу, які успішно використовуються в США і країнами Західної Європи, діляться на прямі і непрямі. Прямі заходи підтримки венчурного капіталу включають конкретні механізми державної підтримки, направлені на збільшення пропозиції венчурного капіталу. Ці програми, перш за все, набули форми фінансових стимулів, але також включають більш ризикові державні інвестиції в акціонерний капітал і державні кредити. Ці інструменти можуть бути направлені на фонди венчурного капіталу і/або безпосередньо на малі й середні підприємства. В США, наприклад, для малих інноваційних структур встановлено систему різноманітних пільг. Непрямі заходи передбачають розвиток конкурентних фондових ринків для малих фірм, що розвиваються, розширення спектру пропонованих фінансовими інститутами своїх продуктів, розвиток довгострокових джерел капіталу, спрощення процедури формування фондів венчурного капіталу, стимулювання взаємодії між великими і малими підприємствами й фінансовими інститутами, заохочення підприємництва. Основна причина активності держав у сфері венчурного інвестування пов'язана з усвідомленням тих важливих функцій, які венчурний капітал може ефективно виконувати в сучасній ринковій економіці. У сучасних умовах головним джерелом конкурентних переваг окремих учасників ринку стала здатність здійснювати нововведення, а на рівні економіки в цілому – стимули до інвестування в інноваційний розвиток [151].

Вигоди, які отримує суспільство від програм підтримки венчурного капіталу, не обмежуються тільки прибутками, які отримують венчурні капіталісти. Проекти, спрямовані на підтримку малих компаній, сприяють також створенню нових робочих місць, нових технологій, що мають важливе стратегічне значення для довгострокового зростання національної економіки.

Успішне функціонування малого інноваційного бізнесу можливе тільки за сприятливої інноваційної політики держави. В Україні прийнято багато законодавчих актів відносно інноваційної діяльності. Поки що у більшості українських підприємств внутрішніх ресурсів для фінансування інноваційних проектів не вистачає і тому завжди йдеться про залучення коштів із зовнішніх джерел, але комерційні банки не зацікавлені у фінансуванні інноваційної діяльності. Інноваційні процеси в Україні не набули достатніх масштабів, з кожним роком скорочується кількість інноваційно-активних підприємств у промисловості. У 2009 році їхня частка становила 12,8 %, при тому що в середині 1990-х років вона була на рівні 18-20 %, у 2007 році – 14,2 %. Ринок венчурного інвестування в Україні почав розвиватися зовсім недавно (на початку 90-х років) та венчурний бізнес знаходиться на стадії початкового розвитку. Власники фінансових ресурсів, необхідних для інвестування вен-

чурних компаній, тільки починають розуміти, що вкладання коштів на декілька років може бути ефективним [104].

Проблема розвитку венчурних підприємств є досить актуальною в наш час, оскільки серед факторів, які гарантують стабільну та зростаючу перевагу одних країн над іншими в процесі міжнародної конкуренції, визначальне значення мають найсучасніші технології.

Офшорна компанія – це компанія, що користується пільгами у сфері оподаткування і зареєстрована в офшорній зоні. **Офшорна зона** – це країна або окрема територія країни, де на державному рівні для певних типів компаній, власниками яких є іноземці, встановлені значні пільги з оподаткування, частково або повністю зняті митні та торгові обмеження, знижені або відсутні вимоги до бухгалтерського обліку і аудиту. До таких територій належать Кіпр, Люксембург, Гонконг, Гібралтар, Сінгапур, Віргінські, Сейшельські острови та ін. Офшорна компанія не може вести господарської діяльності в країні своєї реєстрації, а власниками компанії мають бути нерезиденти цієї країни. Це вимога країн, де дозволено реєстрація таких компаній. Найчастіше офшорна зона створюється там, де слабо розвинена економіка та інших можливостей для залучення іноземного капіталу немає. Офшорна компанія забезпечує надходження фінансового капіталу в економіку країни за рахунок оплати праці офісних службовців, придбання майна та реєстраційних зборів [173].

8.5 Особливості орендної форми господарювання. Лізинг. Концесія

Оренда – це тимчасове платне користування майном на основі договору між орендарем та орендодавцем. За договором оренди одна сторона (орендодавець) передає другій стороні (орендареві) за плату на певний строк у користування майно для здійснення господарської діяльності.

У користування за договором оренди передається індивідуально визначене майно виробничо-технічного призначення (або цілісний майновий комплекс), що не втрачає у процесі використання своєї споживчої якості.

Згідно із Господарським кодексом України, **об'єктом** оренди можуть бути:

- державні та комунальні підприємства або їх структурні підрозділи як цілісні майнові комплекси, тобто господарські об'єкти із завершеним циклом виробництва продукції (робіт, послуг), відокремленою земельною ділянкою, на якій розміщений об'єкт, та автономними інженерними комунікаціями і системою енергопостачання;
- нерухоме майно (будівлі, споруди, приміщення);
- інше окреме індивідуально визначене майно виробничо-технічного призначення, що належить суб'єктам господарювання.

чурних компаній, тільки починають розуміти, що вкладання коштів на декілька років може бути ефективним [104].

Проблема розвитку венчурних підприємств є досить актуальною в наш час, оскільки серед факторів, які гарантують стабільну та зростаючу перевагу одних країн над іншими в процесі міжнародної конкуренції, визначальне значення мають найсучасніші технології.

Офшорна компанія – це компанія, що користується пільгами у сфері оподаткування і зареєстрована в офшорній зоні. **Офшорна зона** – це країна або окрема територія країни, де на державному рівні для певних типів компаній, власниками яких є іноземці, встановлені значні пільги з оподаткування, частково або повністю зняті митні та торгові обмеження, знижені або відсутні вимоги до бухгалтерського обліку і аудиту. До таких територій належать Кіпр, Люксембург, Гонконг, Гібралтар, Сінгапур, Віргінські, Сейшельські острови та ін. Офшорна компанія не може вести господарської діяльності в країні своєї реєстрації, а власниками компанії мають бути нерезиденти цієї країни. Це вимога країн, де дозволено реєстрація таких компаній. Найчастіше офшорна зона створюється там, де слабо розвинена економіка та інших можливостей для залучення іноземного капіталу немає. Офшорна компанія забезпечує надходження фінансового капіталу в економіку країни за рахунок оплати праці офісних службовців, придбання майна та реєстраційних зборів [173].

8.5 Особливості орендної форми господарювання. Лізинг. Концесія

Оренда – це тимчасове платне користування майном на основі договору між орендарем та орендодавцем. За договором оренди одна сторона (орендодавець) передає другій стороні (орендареві) за плату на певний строк у користування майно для здійснення господарської діяльності.

У користування за договором оренди передається індивідуально визначене майно виробничо-технічного призначення (або цілісний майновий комплекс), що не втрачає у процесі використання своєї споживчої якості.

Згідно із Господарським кодексом України, **об'єктом** оренди можуть бути:

- державні та комунальні підприємства або їх структурні підрозділи як цілісні майнові комплекси, тобто господарські об'єкти із завершеним циклом виробництва продукції (робіт, послуг), відокремленою земельною ділянкою, на якій розміщений об'єкт, та автономними інженерними комунікаціями і системою енергопостачання;
- нерухоме майно (будівлі, споруди, приміщення);
- інше окреме індивідуально визначене майно виробничо-технічного призначення, що належить суб'єктам господарювання.

Оренда структурних підрозділів державних та комунальних підприємств не повинна порушувати виробничо-господарську цілісність, технологічну єдність даного підприємства.

Оренда не змінює власника і означає розподіл функцій власника та господарюючого володаря (користувача). Орендар при цьому є власником виробленої продукції та послуг, доходів від їх реалізації, а також придбаного за їх рахунок майна. Орендар несе відповідальність за використання орендованої власності.

При проведенні орендарем за рахунок власних коштів та за згодою орендодавця реконструкції майна або будівництва нових будівель та споруд можливо наступне:

- 1) відшкодування орендарю витрат після закінчення договору оренди;
- 2) перехід новоствореного майна у власність орендаря;
- 3) перетворення новоствореного майна в акціонерну (пайову) власність.

Орендар має право на викуп об'єкта оренди, якщо таке право передбачено договором оренди.

Оренда може застосовуватись до будь-якої форми власності: державної, колективної, приватної, тобто орендодавцями можуть бути державні органи, громадяни, товариства.

За **формою** оренда може бути фінансовою або операційною (див. нижче – лізинг).

Суборенда – передача орендарем орендованого ним об'єкта в оренду третій особі.

Основним документом, що регулює відносини між орендарем та орендодавцем, є **договір оренди**. Умовами договору оренди є:

- мета оренди;
- суб'єкт оренди;
- об'єкт оренди (склад та вартість майна за залишковою відновною вартістю). Перед укладанням договору проводиться оцінка майна та до договору додається баланс;
- термін дії договору;
- розмір орендної плати і строки її внесення;
- порядок використання амортизаційних відрахувань (орендарем або передаються орендодавцю);
- відновлення орендованого майна та умови його повернення або викупу;
- права та обов'язки сторін. Обов'язками орендодавця можуть бути матеріально-технічне забезпечення, обслуговування устаткування, консультаційна допомога; обов'язок орендаря – підтримувати робочий стан об'єкта;
- умови зміни та розірвання договору. Наприклад, орендодавець може розірвати договір, якщо орендар використовує майно не за при-

Оренда структурних підрозділів державних та комунальних підприємств не повинна порушувати виробничо-господарську цілісність, технологічну єдність даного підприємства.

Оренда не змінює власника і означає розподіл функцій власника та господарюючого володаря (користувача). Орендар при цьому є власником виробленої продукції та послуг, доходів від їх реалізації, а також придбаного за їх рахунок майна. Орендар несе відповідальність за використання орендованої власності.

При проведенні орендарем за рахунок власних коштів та за згодою орендодавця реконструкції майна або будівництва нових будівель та споруд можливо наступне:

- 1) відшкодування орендарю витрат після закінчення договору оренди;
- 2) перехід новоствореного майна у власність орендаря;
- 3) перетворення новоствореного майна в акціонерну (пайову) власність.

Орендар має право на викуп об'єкта оренди, якщо таке право передбачено договором оренди.

Оренда може застосовуватись до будь-якої форми власності: державної, колективної, приватної, тобто орендодавцями можуть бути державні органи, громадяни, товариства.

За **формою** оренда може бути фінансовою або операційною (див. нижче – лізинг).

Суборенда – передача орендарем орендованого ним об'єкта в оренду третій особі.

Основним документом, що регулює відносини між орендарем та орендодавцем, є **договір оренди**. Умовами договору оренди є:

- мета оренди;
- суб'єкт оренди;
- об'єкт оренди (склад та вартість майна за залишковою відновною вартістю). Перед укладанням договору проводиться оцінка майна та до договору додається баланс;
- термін дії договору;
- розмір орендної плати і строки її внесення;
- порядок використання амортизаційних відрахувань (орендарем або передаються орендодавцю);
- відновлення орендованого майна та умови його повернення або викупу;
- права та обов'язки сторін. Обов'язками орендодавця можуть бути матеріально-технічне забезпечення, обслуговування устаткування, консультаційна допомога; обов'язок орендаря – підтримувати робочий стан об'єкта;
- умови зміни та розірвання договору. Наприклад, орендодавець може розірвати договір, якщо орендар використовує майно не за при-

значенням, погіршує стан майна (зокрема, родючість землі), не виконує капітальний ремонт устаткування, не вносить в строк орендну плату. Орендар відшкодовує орендодавцю вартість орендованого майна у разі відчуження цього майна або його знищення чи псування з вини орендаря.

Одностороння відмова від договору оренди не допускається. Договір оренди припиняється у разі:

- закінчення строку, на який його було укладено;
- викупу (приватизації) об'єкта оренди;
- ліквідації суб'єкта господарювання-орендаря;
- загибелі (знищення) об'єкта оренди (наприклад, внаслідок стихійного лиха).

Договір оренди може бути розірваний за згодою сторін.

Строк оренди залежить від об'єкта оренди. На практиці, для будівель, споруд, землі – строк оренди становить 20–50 років і навіть до 99 років; для устаткування – до 5 років (строк морального старіння техніки). Тривалий строк оренди зацікавлює орендаря у технічному оновленні, підтриманні у робочому стані техніки, збереженні родючості землі. Менший строк оренди не вигідний для орендодавця, тому що важко буде знайти наступного користувача майже повністю застарілої техніки. Строк договору оренди визначається за погодженням сторін. У разі відсутності заяви однієї із сторін про припинення або зміну умов договору оренди протягом одного місяця після закінчення строку дії договору він вважається продовженим на такий самий строк і на тих самих умовах, які були передбачені договором. Орендар має переважне право перед іншими суб'єктами господарювання на продовження строку дії договору оренди.

Орендна плата – це частина доходу орендаря, що сплачується орендодавцю відповідно до умов договору. Як правило, орендна плата – це фіксований платіж у грошовій або натуральній формі, який вноситься орендарем незалежно від результатів його господарської діяльності. Розмір орендної плати може бути змінений за погодженням сторін.

Розмір орендної плати визначається в кожному конкретному випадку при укладанні договору про оренду шляхом узгодження інтересів сторін. Інтереси сторін протилежні – орендар намагається знизити орендну плату, орендодавець – підвищити. Існує мінімально та максимально допустима величина орендної плати.

Мінімальний рівень орендної плати – це такий, починаючи з якого орендодавець вже зацікавлений у передачі власного майна в оренду. Цей рівень повинен бути не менший за банківський процент на залишкову відновну вартість майна в поточних цінах. Величина ставки банківського процента дорівнює процентній ставці за довгостроковими кредитами банків з урахуванням ризику підприємницької діяльності. При орендній платі, меншій за мінімальний рівень, орендодавцю вигід-

значенням, погіршує стан майна (зокрема, родючість землі), не виконує капітальний ремонт устаткування, не вносить в строк орендну плату. Орендар відшкодовує орендодавцю вартість орендованого майна у разі відчуження цього майна або його знищення чи псування з вини орендаря.

Одностороння відмова від договору оренди не допускається. Договір оренди припиняється у разі:

- закінчення строку, на який його було укладено;
- викупу (приватизації) об'єкта оренди;
- ліквідації суб'єкта господарювання-орендаря;
- загибелі (знищення) об'єкта оренди (наприклад, внаслідок стихійного лиха).

Договір оренди може бути розірваний за згодою сторін.

Строк оренди залежить від об'єкта оренди. На практиці, для будівель, споруд, землі – строк оренди становить 20–50 років і навіть до 99 років; для устаткування – до 5 років (строк морального старіння техніки). Тривалий строк оренди зацікавлює орендаря у технічному оновленні, підтриманні у робочому стані техніки, збереженні родючості землі. Менший строк оренди не вигідний для орендодавця, тому що важко буде знайти наступного користувача майже повністю застарілої техніки. Строк договору оренди визначається за погодженням сторін. У разі відсутності заяви однієї із сторін про припинення або зміну умов договору оренди протягом одного місяця після закінчення строку дії договору він вважається продовженим на такий самий строк і на тих самих умовах, які були передбачені договором. Орендар має переважне право перед іншими суб'єктами господарювання на продовження строку дії договору оренди.

Орендна плата – це частина доходу орендаря, що сплачується орендодавцю відповідно до умов договору. Як правило, орендна плата – це фіксований платіж у грошовій або натуральній формі, який вноситься орендарем незалежно від результатів його господарської діяльності. Розмір орендної плати може бути змінений за погодженням сторін.

Розмір орендної плати визначається в кожному конкретному випадку при укладанні договору про оренду шляхом узгодження інтересів сторін. Інтереси сторін протилежні – орендар намагається знизити орендну плату, орендодавець – підвищити. Існує мінімально та максимально допустима величина орендної плати.

Мінімальний рівень орендної плати – це такий, починаючи з якого орендодавець вже зацікавлений у передачі власного майна в оренду. Цей рівень повинен бути не менший за банківський процент на залишкову відновну вартість майна в поточних цінах. Величина ставки банківського процента дорівнює процентній ставці за довгостроковими кредитами банків з урахуванням ризику підприємницької діяльності. При орендній платі, меншій за мінімальний рівень, орендодавцю вигід-

ніше продати майно (або віддати в заставу) та покласти гроші у банк і отримувати дохід у вигляді банківського процента.

Максимально можливий рівень орендної плати – це такий, при якому орендарю вже немає сенсу орендувати майно. Він дорівнює величині чистого прибутку, отриманого від використання орендованого майна. Відповідна частка загального чистого прибутку підприємства може бути визначена пропорційно до частки орендованого майна у загальній вартості майна підприємства.

Конкретна величина орендної плати знаходиться в діапазоні між мінімально та максимально можливими значеннями і залежить від попиту та пропозиції на об'єкт оренди; дефіцитності продукції, що випускається; перспектив підвищення прибутковості діяльності орендаря; виду оренди та ступеня наполегливості тієї чи іншої сторони.

За фінансової оренди загальна сума орендних платежів дорівнює вартості об'єкта оренди на початок строку оренди плюс фінансові витрати (плата за використання об'єкта) за період оренди. Плата за використання об'єкта оренди визначається за орендною ставкою. Загальна сума орендних платежів розподіляється за періодами виплати.

Передача в оренду державного майна є джерелом наповнення Державного бюджету України. Оренда дає можливість ефективно використати, зберегти та відновити державне майно, створити на об'єктах оренди додаткові робочі місця та сплатити обов'язкові податки та збори. Кабінетом Міністрів України затверджена методика розрахунку орендної плати за державне майно [21]. Розмір річної орендної плати за цілісні майнові комплекси державних підприємств визначається за формулою:

$$O_{\text{пл}} = \frac{(B_{\text{оз}} + B_{\text{нм}}) \cdot C_{\text{ор.ц}}}{100};$$

де $O_{\text{пл}}$ – розмір річної орендної плати, грн.;

$B_{\text{оз}}$ – вартість основних засобів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$B_{\text{нм}}$ – вартість нематеріальних активів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$C_{\text{ор.ц}}$ – орендна ставка за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств, визначена згідно з таблицями Г.1 і Г.2 додатка Г.

Розмір річної орендної плати у разі оренди іншого, крім нерухомого, окремого індивідуально визначеного майна, встановлюється за згодою сторін, але не менш як 10 % вартості орендованого майна за результатами незалежної оцінки, а у разі, коли орендарем є суб'єкт малого підприємництва, – не менш як 7 % вартості орендованого майна за результатами такої оцінки.

ніше продати майно (або віддати в заставу) та покласти гроші у банк і отримувати дохід у вигляді банківського процента.

Максимально можливий рівень орендної плати – це такий, при якому орендарю вже немає сенсу орендувати майно. Він дорівнює величині чистого прибутку, отриманого від використання орендованого майна. Відповідна частка загального чистого прибутку підприємства може бути визначена пропорційно до частки орендованого майна у загальній вартості майна підприємства.

Конкретна величина орендної плати знаходиться в діапазоні між мінімально та максимально можливими значеннями і залежить від попиту та пропозиції на об'єкт оренди; дефіцитності продукції, що випускається; перспектив підвищення прибутковості діяльності орендаря; виду оренди та ступеня наполегливості тієї чи іншої сторони.

За фінансової оренди загальна сума орендних платежів дорівнює вартості об'єкта оренди на початок строку оренди плюс фінансові витрати (плата за використання об'єкта) за період оренди. Плата за використання об'єкта оренди визначається за орендною ставкою. Загальна сума орендних платежів розподіляється за періодами виплати.

Передача в оренду державного майна є джерелом наповнення Державного бюджету України. Оренда дає можливість ефективно використати, зберегти та відновити державне майно, створити на об'єктах оренди додаткові робочі місця та сплатити обов'язкові податки та збори. Кабінетом Міністрів України затверджена методика розрахунку орендної плати за державне майно [21]. Розмір річної орендної плати за цілісні майнові комплекси державних підприємств визначається за формулою:

$$O_{\text{пл}} = \frac{(B_{\text{оз}} + B_{\text{нм}}) \cdot C_{\text{ор.ц}}}{100};$$

де $O_{\text{пл}}$ – розмір річної орендної плати, грн.;

$B_{\text{оз}}$ – вартість основних засобів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$B_{\text{нм}}$ – вартість нематеріальних активів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$C_{\text{ор.ц}}$ – орендна ставка за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств, визначена згідно з таблицями Г.1 і Г.2 додатка Г.

Розмір річної орендної плати у разі оренди іншого, крім нерухомого, окремого індивідуально визначеного майна, встановлюється за згодою сторін, але не менш як 10 % вартості орендованого майна за результатами незалежної оцінки, а у разі, коли орендарем є суб'єкт малого підприємництва, – не менш як 7 % вартості орендованого майна за результатами такої оцінки.

У разі коли орендодавцем майна є Фонд державного майна, його регіональне відділення чи представництво, орендна плата спрямовується:

- за цілісні майнові комплекси державних підприємств – до державного бюджету;

- за нерухоме майно державних підприємств, організацій – 70% орендної плати до державного бюджету, 30 % державному підприємству, організації, на балансі яких перебуває це майно;

- за майно, що не ввійшло до статутного фонду господарського товариства, створеного у процесі приватизації (корпоратизації), – до державного бюджету. Якщо господарське товариство, створене у процесі приватизації (корпоратизації), утримує об'єкти житлового фонду, що не ввійшли до його статутного фонду, – 70 % орендної плати до державного бюджету, 30 % господарському товариству.

У разі коли орендодавцем майна є державне підприємство, організація, крім підприємств (організацій), які перебувають у віданні Національної академії наук, орендна плата спрямовується:

- за окреме індивідуально визначене майно підприємства, організації (крім нерухомого) – підприємству, організації;

- за цілісний майновий комплекс структурного підрозділу підприємства, організації, нерухоме майно – 70 % орендної плати підприємству, організації, 30 % – до державного бюджету.

В Україні кількість орендних підприємств за період з 1997 по 2010 рік скоротилася з 3614 по 1162, чинним законодавством не передбачається створення нових підприємств за цією організаційно-правовою формою.

Лізинг – це господарська діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набувається ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Залежно від особливостей здійснення лізингових операцій лізинг може бути двох видів – фінансовий чи оперативний. За формою здійснення лізинг може бути зворотним, пайовим, міжнародним тощо. Об'єктом лізингу може бути нерухоме і рухоме майно, призначене для використання як основні фонди, не заборонене законом до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в лізинг. Не можуть бути об'єктами лізингу земельні ділянки, інші природні об'єкти, а також цілісні майнові комплекси державних (комунальних) підприємств та їх структурних підрозділів. Послуги з лізингу надають лізингові компанії.

У разі коли орендодавцем майна є Фонд державного майна, його регіональне відділення чи представництво, орендна плата спрямовується:

- за цілісні майнові комплекси державних підприємств – до державного бюджету;

- за нерухоме майно державних підприємств, організацій – 70% орендної плати до державного бюджету, 30 % державному підприємству, організації, на балансі яких перебуває це майно;

- за майно, що не ввійшло до статутного фонду господарського товариства, створеного у процесі приватизації (корпоратизації), – до державного бюджету. Якщо господарське товариство, створене у процесі приватизації (корпоратизації), утримує об'єкти житлового фонду, що не ввійшли до його статутного фонду, – 70 % орендної плати до державного бюджету, 30 % господарському товариству.

У разі коли орендодавцем майна є державне підприємство, організація, крім підприємств (організацій), які перебувають у віданні Національної академії наук, орендна плата спрямовується:

- за окреме індивідуально визначене майно підприємства, організації (крім нерухомого) – підприємству, організації;

- за цілісний майновий комплекс структурного підрозділу підприємства, організації, нерухоме майно – 70 % орендної плати підприємству, організації, 30 % – до державного бюджету.

В Україні кількість орендних підприємств за період з 1997 по 2010 рік скоротилася з 3614 по 1162, чинним законодавством не передбачається створення нових підприємств за цією організаційно-правовою формою.

Лізинг – це господарська діяльність, спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів, яка полягає в наданні за договором лізингу однією стороною (лізингодавцем) у виключне користування другій стороні (лізингоодержувачу) на визначений строк майна, що належить лізингодавцю або набувається ним у власність (господарське відання) за дорученням чи погодженням лізингоодержувача у відповідного постачальника (продавця) майна, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів.

Залежно від особливостей здійснення лізингових операцій лізинг може бути двох видів – фінансовий чи оперативний. За формою здійснення лізинг може бути зворотним, пайовим, міжнародним тощо. Об'єктом лізингу може бути нерухоме і рухоме майно, призначене для використання як основні фонди, не заборонене законом до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в лізинг. Не можуть бути об'єктами лізингу земельні ділянки, інші природні об'єкти, а також цілісні майнові комплекси державних (комунальних) підприємств та їх структурних підрозділів. Послуги з лізингу надають лізингові компанії.

Лізингові операції поділяються на:

а) **оперативний лізинг** (оренда) – господарська операція фізичної або юридичної особи, що передбачає передачу орендарю основних засобів, придбаних або виготовлених орендодавцем, на умовах інших, ніж ті, що передбачаються фінансовим лізингом (орендою);

б) **фінансовий лізинг** (оренда) – господарська операція, що здійснюється фізичною або юридичною особою і передбачає передачу орендарю майна, яке є основним засобом і придбане або виготовлене орендодавцем, а також усіх ризиків та винагород, пов'язаних з правом користування та володіння об'єктом лізингу. Лізинг (оренда) вважається фінансовим, якщо лізинговий (орендний) договір містить одну з таких умов:

– об'єкт лізингу передається на строк, протягом якого амортизується не менш як 75 % його первісної вартості, а орендар зобов'язаний придбати об'єкт лізингу у власність протягом строку дії лізингового договору або в момент його закінчення за ціною, визначеною у такому лізинговому договорі;

– балансова (залишкова) вартість об'єкта лізингу на момент закінчення дії лізингового договору становить не більш як 25 % первісної вартості ціни об'єкта лізингу, що діє на початок строку дії лізингового договору;

– сума лізингових (орендних) платежів з початку строку оренди дорівнює первісній вартості об'єкта лізингу або перевищує її;

– майно, що передається у фінансовий лізинг, виготовлене за замовленням лізингоотримувача (орендаря) та після закінчення дії лізингового договору не може бути використане іншими особами, крім лізингоотримувача (орендаря), виходячи з його технологічних та якісних характеристик.

Концесія – це надання з метою задоволення суспільних потреб уповноваженим органом державної влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі вітчизняним або іноземним суб'єктам господарювання (концесіонерам) права на створення (будівництво) та/або управління (експлуатацію) об'єктом концесії за умови взяття концесіонером на себе відповідних зобов'язань, майнової відповідальності і підприємницького ризику. Строк дії концесійного договору встановлюється сторонами договору залежно від характеру та умов концесії. Цей строк не може бути меншим десяти років та більшим п'ятдесяти років.

Комерційна концесія – використання у підприємницькій діяльності прав інших суб'єктів господарювання. Договір комерційної концесії передбачає використання комплексу наданих користувачеві прав, ділової репутації і комерційного досвіду правовласника в певному обсязі, із зазначенням або без зазначення строку та території використання щодо певної сфери підприємницької діяльності. Користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правовласнику обумовлену договором винагороду.

Лізингові операції поділяються на:

а) **оперативний лізинг** (оренда) – господарська операція фізичної або юридичної особи, що передбачає передачу орендарю основних засобів, придбаних або виготовлених орендодавцем, на умовах інших, ніж ті, що передбачаються фінансовим лізингом (орендою);

б) **фінансовий лізинг** (оренда) – господарська операція, що здійснюється фізичною або юридичною особою і передбачає передачу орендарю майна, яке є основним засобом і придбане або виготовлене орендодавцем, а також усіх ризиків та винагород, пов'язаних з правом користування та володіння об'єктом лізингу. Лізинг (оренда) вважається фінансовим, якщо лізинговий (орендний) договір містить одну з таких умов:

– об'єкт лізингу передається на строк, протягом якого амортизується не менш як 75 % його первісної вартості, а орендар зобов'язаний придбати об'єкт лізингу у власність протягом строку дії лізингового договору або в момент його закінчення за ціною, визначеною у такому лізинговому договорі;

– балансова (залишкова) вартість об'єкта лізингу на момент закінчення дії лізингового договору становить не більш як 25 % первісної вартості ціни об'єкта лізингу, що діє на початок строку дії лізингового договору;

– сума лізингових (орендних) платежів з початку строку оренди дорівнює первісній вартості об'єкта лізингу або перевищує її;

– майно, що передається у фінансовий лізинг, виготовлене за замовленням лізингоотримувача (орендаря) та після закінчення дії лізингового договору не може бути використане іншими особами, крім лізингоотримувача (орендаря), виходячи з його технологічних та якісних характеристик.

Концесія – це надання з метою задоволення суспільних потреб уповноваженим органом державної влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі вітчизняним або іноземним суб'єктам господарювання (концесіонерам) права на створення (будівництво) та/або управління (експлуатацію) об'єктом концесії за умови взяття концесіонером на себе відповідних зобов'язань, майнової відповідальності і підприємницького ризику. Строк дії концесійного договору встановлюється сторонами договору залежно від характеру та умов концесії. Цей строк не може бути меншим десяти років та більшим п'ятдесяти років.

Комерційна концесія – використання у підприємницькій діяльності прав інших суб'єктів господарювання. Договір комерційної концесії передбачає використання комплексу наданих користувачеві прав, ділової репутації і комерційного досвіду правовласника в певному обсязі, із зазначенням або без зазначення строку та території використання щодо певної сфери підприємницької діяльності. Користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правовласнику обумовлену договором винагороду.

8.6 Франчайзингова форма підприємництва

Франчайзинг – це метод здійснення підприємницької діяльності, за яким потужна, відома фірма надає іншому підприємству або окремому підприємцю право використовувати своє ім'я та товарний знак, виготовляти або продавати її продукцію (надавати послуги) в обмін на зобов'язання виплачувати частку доходу та за умови дотримання технологічних виробничих та обслуговуючих операцій.

Франчайзинг – це використання філософії бізнесу іншого підприємця. При створенні свого бізнесу можна не витратити час і засоби на винахід велосипеда – досить купити франшизу.

Правові та ділові взаємовідносини між суб'єктами франчайзингу визначаються франчайзинговою угодою, за якою одна особа (франчайзер), яка має розроблену систему ведення певної діяльності, дає дозвіл іншій особі (франчайзі) використовувати цю систему відповідно до вимог франчайзера в обмін на винагороду. Ця система має назву франшизна система або франшиза (від англ. franchise – привілей, пільга, особливе право). Договір (угода) зазвичай укладається на термін від 5 до 20 років. Як правило в договорі вказується певна територія, на якій франчайзі здійснює свою діяльність і де він підтримується франчайзером (навчання, маркетинг). Франчайзер зазвичай отримує роялті від валової виручки франчайзі. У такому разі франчайзі зобов'язаний виплачувати роялті незалежно від рівня чистого доходу від бізнесу. У багатьох випадках з метою обмеження підприємств-конкурентів головне підприємство передбачає в контракті умови співробітництва малого підприємства тільки з головним. Відміна або розірвання договору про франчайзинг до завершення терміну його дії призводить до серйозних наслідків для франчайзі. На цей випадок у договорі вказуються вимоги до франчайзі, який використовував чуже ім'я, рекламу, матеріальні і нематеріальні цінності привнесені від франчайзера [54].

Авторство першого франчайзингового договору приписується компанії «Зінгер», яка півтора століття назад застосувала його для збуту швейних машин в США. Введення в практику торгівлі нового прийому пояснювалося наступним: домогосподарки неохоче купували нове механічне устаткування, а створення мережі власних продавців на величезній території США вимагало значних витрат. Тоді власник компанії вирішив продавати право на продаж і обслуговування швейних машин «Зінгер» на певній території незалежним продавцям. Причому останні платили за машину \$60, а продавали її за \$125. Ці перші франшизи за своєю суттю були дистриб'юторськими угодами з додатковими обов'язками франчайзі (ділера) обслуговувати машини.

Із застосуванням франчайзингу зменшуються доходи підприємства, обмежується свобода дій, але зменшується і ризик порівняно з відкрит-

8.6 Франчайзингова форма підприємництва

Франчайзинг – це метод здійснення підприємницької діяльності, за яким потужна, відома фірма надає іншому підприємству або окремому підприємцю право використовувати своє ім'я та товарний знак, виготовляти або продавати її продукцію (надавати послуги) в обмін на зобов'язання виплачувати частку доходу та за умови дотримання технологічних виробничих та обслуговуючих операцій.

Франчайзинг – це використання філософії бізнесу іншого підприємця. При створенні свого бізнесу можна не витратити час і засоби на винахід велосипеда – досить купити франшизу.

Правові та ділові взаємовідносини між суб'єктами франчайзингу визначаються франчайзинговою угодою, за якою одна особа (франчайзер), яка має розроблену систему ведення певної діяльності, дає дозвіл іншій особі (франчайзі) використовувати цю систему відповідно до вимог франчайзера в обмін на винагороду. Ця система має назву франшизна система або франшиза (від англ. franchise – привілей, пільга, особливе право). Договір (угода) зазвичай укладається на термін від 5 до 20 років. Як правило в договорі вказується певна територія, на якій франчайзі здійснює свою діяльність і де він підтримується франчайзером (навчання, маркетинг). Франчайзер зазвичай отримує роялті від валової виручки франчайзі. У такому разі франчайзі зобов'язаний виплачувати роялті незалежно від рівня чистого доходу від бізнесу. У багатьох випадках з метою обмеження підприємств-конкурентів головне підприємство передбачає в контракті умови співробітництва малого підприємства тільки з головним. Відміна або розірвання договору про франчайзинг до завершення терміну його дії призводить до серйозних наслідків для франчайзі. На цей випадок у договорі вказуються вимоги до франчайзі, який використовував чуже ім'я, рекламу, матеріальні і нематеріальні цінності привнесені від франчайзера [54].

Авторство першого франчайзингового договору приписується компанії «Зінгер», яка півтора століття назад застосувала його для збуту швейних машин в США. Введення в практику торгівлі нового прийому пояснювалося наступним: домогосподарки неохоче купували нове механічне устаткування, а створення мережі власних продавців на величезній території США вимагало значних витрат. Тоді власник компанії вирішив продавати право на продаж і обслуговування швейних машин «Зінгер» на певній території незалежним продавцям. Причому останні платили за машину \$60, а продавали її за \$125. Ці перші франшизи за своєю суттю були дистриб'юторськими угодами з додатковими обов'язками франчайзі (ділера) обслуговувати машини.

Із застосуванням франчайзингу зменшуються доходи підприємства, обмежується свобода дій, але зменшується і ризик порівняно з відкрит-

тям незалежного бізнесу. Початківцю надається маркетингова підтримка, зразок бізнес-плану, підготовка кадрів та ін. Відоме ім'я дозволяє легко знайти клієнтів. Такий метод підприємництва прийнятний для підприємця-початківця.

Розглянемо детальніше переваги та недоліки бізнесу по франчайзингу [177].

Отже, почнемо з **переваг**:

1) Консультації з боку власника франшизи, а також повна інформація по веденню цього бізнесу, постачанням, обслуговуванню, просуванню, системі збуту і багатьом іншим питанням – це норма для такого бізнесу. Підприємцеві не потрібно вигадувати щось своє. У якійсь мірі тут навіть досить бути хорошим організованим менеджером, ніж підприємцем.

2) Купуючи франшизу, підприємець отримує не тільки підтримку в плані порад, організації постачань й інших деталей, але ще й входить у бізнес, який вже встиг зарекомендувати себе. Цей бізнес вже займає певну нішу на ринку. Його бренд володіє певною популярністю, репутацією серед споживачів. А тому можна заощадити на початкових маркетингових програмах.

3) Простота в отриманні кредитів. Важливою практичною перевагою для підприємця є і те, що власник франшизи може виступити гарантом при отриманні франчайзі кредиту. Прості підприємці не володіють такими привілеями

4) Вхідний бар'єр для такого бізнесу не дуже високий. Все, що потрібно від підприємця – це досвід управлінської роботи (або талант до цього) і гроші, які він може вкласти в цей бізнес. Не потрібно довго думати над якимись новими ідеями.

5) Точність фінансових прогнозів. На відміну від початку власного бізнесу з нуля, у випадку з відкриттям якого-небудь кафе по франчайзингу набагато простіше спланувати майбутні доходи і витрати, оскільки можна спиратися на досвід власника франшизи. Велика кількість інформації дозволить точніше визначити перспективи.

6) Не потрібно займатися вивченням ринку. Всі дані по ринку, зміни, тенденції та інші корисні відомості можна отримати з рук власника франшизи, який і збирає їх.

Але є і **мінуси**:

1) Необхідність чималого капіталу. З погляду витрат, почати бізнес по франчайзингу дещо дорожче, ніж відкрити підприємство з нуля. Це відлякує багато підприємців, які вважають за краще самостійно починати справу.

2) Ризик репутації, залежність від бренду. Так, якщо справи у власника франшизи йдуть добре, то і у франчайзі не буде проблем. Але у тому випадку, коли проблеми починаються у першого, вони перекочують і до другого.

тям незалежного бізнесу. Початківцю надається маркетингова підтримка, зразок бізнес-плану, підготовка кадрів та ін. Відоме ім'я дозволяє легко знайти клієнтів. Такий метод підприємництва прийнятний для підприємця-початківця.

Розглянемо детальніше переваги та недоліки бізнесу по франчайзингу [177].

Отже, почнемо з **переваг**:

1) Консультації з боку власника франшизи, а також повна інформація по веденню цього бізнесу, постачанням, обслуговуванню, просуванню, системі збуту і багатьом іншим питанням – це норма для такого бізнесу. Підприємцеві не потрібно вигадувати щось своє. У якійсь мірі тут навіть досить бути хорошим організованим менеджером, ніж підприємцем.

2) Купуючи франшизу, підприємець отримує не тільки підтримку в плані порад, організації постачань й інших деталей, але ще й входить у бізнес, який вже встиг зарекомендувати себе. Цей бізнес вже займає певну нішу на ринку. Його бренд володіє певною популярністю, репутацією серед споживачів. А тому можна заощадити на початкових маркетингових програмах.

3) Простота в отриманні кредитів. Важливою практичною перевагою для підприємця є і те, що власник франшизи може виступити гарантом при отриманні франчайзі кредиту. Прості підприємці не володіють такими привілеями

4) Вхідний бар'єр для такого бізнесу не дуже високий. Все, що потрібно від підприємця – це досвід управлінської роботи (або талант до цього) і гроші, які він може вкласти в цей бізнес. Не потрібно довго думати над якимись новими ідеями.

5) Точність фінансових прогнозів. На відміну від початку власного бізнесу з нуля, у випадку з відкриттям якого-небудь кафе по франчайзингу набагато простіше спланувати майбутні доходи і витрати, оскільки можна спиратися на досвід власника франшизи. Велика кількість інформації дозволить точніше визначити перспективи.

6) Не потрібно займатися вивченням ринку. Всі дані по ринку, зміни, тенденції та інші корисні відомості можна отримати з рук власника франшизи, який і збирає їх.

Але є і **мінуси**:

1) Необхідність чималого капіталу. З погляду витрат, почати бізнес по франчайзингу дещо дорожче, ніж відкрити підприємство з нуля. Це відлякує багато підприємців, які вважають за краще самостійно починати справу.

2) Ризик репутації, залежність від бренду. Так, якщо справи у власника франшизи йдуть добре, то і у франчайзі не буде проблем. Але у тому випадку, коли проблеми починаються у першого, вони перекочують і до другого.

3) Зобов'язання. Існують деякі фінансові зобов'язання перед власником франшизи і їх потрібно виконувати, навіть якщо бізнес йде не дуже добре. Через це дохід підприємця буде менше, ніж при відкритті успішного аналогічного бізнесу без франшизи.

4) Хистке майбутнє. Може наступити момент, коли власник франшизи вирішить закрити мережу. Звичайно, до кінця договору франчайзі може продовжити свою діяльність, але потім доведеться думати про нову справу.

Від франчайзингу виграє не тільки франчайзі, але й франчайзер, який швидко розростається, використовуючи кошти франчайзі. Бізнес, для якого франчайзинг є найбільш відповідним і найбільш приносить найбільший прибуток має такі характеристики:

- висока прибутковість;
- використання унікальної або незвичайної ідеї.
- привабливість в певних межах (місто, область, країна);
- потреба у невеликому первинному внеску;
- бізнес, яким відносно легко управляти;
- бізнес, який легко «клонувати»

Найбільша кількість фірм, що працюють за системою франчайзингу, зосереджена в таких сферах: мережа ресторанів та кафе, продуктових магазинів, будівельна та реконструкційна діяльності, автосервіс тощо. Активно використовується франчайзинг у роздрібній та оптовій торгівлі товарами, при наданні різного роду послуг (бухгалтерські, страхові, аудиторські, юридичні, ріелторські, поштові, кур'єрські, туризм та готельне господарство, дизайн, ІТ-технології. Франчайзинг може поширюватися на будь-яку господарську діяльність, для якої розроблені процеси виробництва, переробки та продажу товарів і послуг [174].

Розглянемо приклади використання франчайзингової системи. Так, працюючі в індустрії пляшkových безалкогольних напоїв компанії «Кока-Кола», «Пепсіко» і «Севен Ап» завдяки франчайзингу дістали можливості виробляти концентрований сироп централізовано і постачати його місцевим заводам, що спеціалізуються на розливі, власники яких у кінцевому результаті ставали керівниками місцевого роздрібного продажу. Кока-Кола Беверіджиз Україна входить до групи Кока-Кола Хеленік Ботлінг Компані (Coca-Cola HBC), яка працює в 26 країнах Східної та Центральної Європи і є провідним та найбільшим виробником безалкогольних напоїв у Європі. Компанія Кока-Кола стала однією з перших транснаціональних компаній, які виявили бажання працювати на українському ринку. Представництво було відкрите в Україні у 1992 році. «Кока-Кола» вже вклала в економіку України понад 300 млн дол. США. Сьогодні на заводі „Кока-Кола Беверіджиз Україна» (Київська область, Броварський район), працює 13 ліній з розливу на-

3) Зобов'язання. Існують деякі фінансові зобов'язання перед власником франшизи і їх потрібно виконувати, навіть якщо бізнес йде не дуже добре. Через це дохід підприємця буде менше, ніж при відкритті успішного аналогічного бізнесу без франшизи.

4) Хистке майбутнє. Може наступити момент, коли власник франшизи вирішить закрити мережу. Звичайно, до кінця договору франчайзі може продовжити свою діяльність, але потім доведеться думати про нову справу.

Від франчайзингу виграє не тільки франчайзі, але й франчайзер, який швидко розростається, використовуючи кошти франчайзі. Бізнес, для якого франчайзинг є найбільш відповідним і найбільш приносить найбільший прибуток має такі характеристики:

- висока прибутковість;
- використання унікальної або незвичайної ідеї.
- привабливість в певних межах (місто, область, країна);
- потреба у невеликому первинному внеску;
- бізнес, яким відносно легко управляти;
- бізнес, який легко «клонувати»

Найбільша кількість фірм, що працюють за системою франчайзингу, зосереджена в таких сферах: мережа ресторанів та кафе, продуктових магазинів, будівельна та реконструкційна діяльності, автосервіс тощо. Активно використовується франчайзинг у роздрібній та оптовій торгівлі товарами, при наданні різного роду послуг (бухгалтерські, страхові, аудиторські, юридичні, ріелторські, поштові, кур'єрські, туризм та готельне господарство, дизайн, ІТ-технології. Франчайзинг може поширюватися на будь-яку господарську діяльність, для якої розроблені процеси виробництва, переробки та продажу товарів і послуг [174].

Розглянемо приклади використання франчайзингової системи. Так, працюючі в індустрії пляшkových безалкогольних напоїв компанії «Кока-Кола», «Пепсіко» і «Севен Ап» завдяки франчайзингу дістали можливості виробляти концентрований сироп централізовано і постачати його місцевим заводам, що спеціалізуються на розливі, власники яких у кінцевому результаті ставали керівниками місцевого роздрібного продажу. Кока-Кола Беверіджиз Україна входить до групи Кока-Кола Хеленік Ботлінг Компані (Coca-Cola HBC), яка працює в 26 країнах Східної та Центральної Європи і є провідним та найбільшим виробником безалкогольних напоїв у Європі. Компанія Кока-Кола стала однією з перших транснаціональних компаній, які виявили бажання працювати на українському ринку. Представництво було відкрите в Україні у 1992 році. «Кока-Кола» вже вклала в економіку України понад 300 млн дол. США. Сьогодні на заводі „Кока-Кола Беверіджиз Україна» (Київська область, Броварський район), працює 13 ліній з розливу на-

поїв. Одна з ліній є найшвидшою та найпотужнішою в Україні й вона здатна за годину виробляти до 44 000 півлітрових пластикових пляшок та до 50 000 банок. Створена унікальна система прямої дистрибуції, завдяки якій близько 90000 клієнтів по всій Україні. У сфері громадського харчування розвитку на засадах франчайзингу працює компанія МакДональдс, яка є світовим лідером у галузі швидкого обслуговування і налічує понад 31 000 закладів у більш ніж 119 країнах світу, які щодня обслуговують близько 52 мільйонів відвідувачів. Україна стала 102-ю країною, де почала розвиватися мережа МакДональдз. Перший заклад МакДональдс відкрився в м. Києві в травні 1997 року, 14 лютого 2011 року у цьому ж закладі було відкрито перше в Україні McCafe – кав'ярню міського типу з широким асортиментом кавових напоїв та десертів. Щодня МакДональдз обслуговує приблизно 200 тисяч відвідувачів. У розвиток мережі МакДональдз та інфраструктури нашої держави компанією вже було вкладено понад 100 мільйонів доларів. Сьогодні в 21 місті України діє більше 70 закладів МакДональдз, що дозволило додатково створити 5,5 тис. робочих місць. Для організації та ефективного функціонування проекту побудовані сучасні заводи з переробки м'яса та картоплі. Всесвітньо відомий бренд спортивного одягу «Nike» також використовує франчайзинговий метод ведення бізнесу. Цікаво, що назва походить від імені старогрецької богині, яка протегувала переможцям. Уміння перемагати з успіхом демонструє команда Nike, у тому числі і в українському франчайзингу. «Nike» надає таку підтримку франчайзі: навчання персоналу магазину, маркетингова підтримка, консультації з мерчандайзингу, консультації по формуванню асортименту, дизайн і оформлення магазину, підтримка у виборі місця під майбутній магазин, забезпечення магазину обладнанням. Мінімальні інвестиції – 180000 грн., роялті – 1%.

При виборі франшизи підприємцю необхідно розглянути такі питання:

- Які товари або послуги він хотів би продавати?
- Скільки грошей у нього є для інвестування у франчайзинг?
- Наскільки успішний даний франчайзинговий бізнес
- Який об'єм ринку продуктів або послуг франчайзингу в даному районі і яка конкуренція?
- Чи можна буде при потребі продати бізнес?

Франчайзинг довів свою ефективність та життєздатність на практиці. Так, за даними Адміністрації малого бізнесу США, на кінець п'ятого року існування ліквідувалися лише 14 % франчайзингових підприємств, тоді як для незалежних малих форм господарювання цей показник становив більше 65 %.

Однією з головних причин швидкого поширення та успіху франчайзингу є поєднання в ньому глибоких знань, досвіду та стійкого фінан-

поїв. Одна з ліній є найшвидшою та найпотужнішою в Україні й вона здатна за годину виробляти до 44 000 півлітрових пластикових пляшок та до 50 000 банок. Створена унікальна система прямої дистрибуції, завдяки якій близько 90000 клієнтів по всій Україні. У сфері громадського харчування розвитку на засадах франчайзингу працює компанія МакДональдс, яка є світовим лідером у галузі швидкого обслуговування і налічує понад 31 000 закладів у більш ніж 119 країнах світу, які щодня обслуговують близько 52 мільйонів відвідувачів. Україна стала 102-ю країною, де почала розвиватися мережа МакДональдз. Перший заклад МакДональдс відкрився в м. Києві в травні 1997 року, 14 лютого 2011 року у цьому ж закладі було відкрито перше в Україні McCafe – кав'ярню міського типу з широким асортиментом кавових напоїв та десертів. Щодня МакДональдз обслуговує приблизно 200 тисяч відвідувачів. У розвиток мережі МакДональдз та інфраструктури нашої держави компанією вже було вкладено понад 100 мільйонів доларів. Сьогодні в 21 місті України діє більше 70 закладів МакДональдз, що дозволило додатково створити 5,5 тис. робочих місць. Для організації та ефективного функціонування проекту побудовані сучасні заводи з переробки м'яса та картоплі. Всесвітньо відомий бренд спортивного одягу «Nike» також використовує франчайзинговий метод ведення бізнесу. Цікаво, що назва походить від імені старогрецької богині, яка протегувала переможцям. Уміння перемагати з успіхом демонструє команда Nike, у тому числі і в українському франчайзингу. «Nike» надає таку підтримку франчайзі: навчання персоналу магазину, маркетингова підтримка, консультації з мерчандайзингу, консультації по формуванню асортименту, дизайн і оформлення магазину, підтримка у виборі місця під майбутній магазин, забезпечення магазину обладнанням. Мінімальні інвестиції – 180000 грн., роялті – 1%.

При виборі франшизи підприємцю необхідно розглянути такі питання:

- Які товари або послуги він хотів би продавати?
- Скільки грошей у нього є для інвестування у франчайзинг?
- Наскільки успішний даний франчайзинговий бізнес
- Який об'єм ринку продуктів або послуг франчайзингу в даному районі і яка конкуренція?
- Чи можна буде при потребі продати бізнес?

Франчайзинг довів свою ефективність та життєздатність на практиці. Так, за даними Адміністрації малого бізнесу США, на кінець п'ятого року існування ліквідувалися лише 14 % франчайзингових підприємств, тоді як для незалежних малих форм господарювання цей показник становив більше 65 %.

Однією з головних причин швидкого поширення та успіху франчайзингу є поєднання в ньому глибоких знань, досвіду та стійкого фінан-

сового стану франчайзера – організатора справи, власника генеральної ліцензії, власника «ноу-хау» або патента, головного консультанта і досвідченого постачальника необхідних продуктів, обладнання, технології, які необхідні для здійснення підприємницької діяльності, та франчайзі – підприємця, діяльність якого є самостійною, але його підприємство функціонує не як відокремлений суб'єкт правовідносин, а як частина єдиного комплексу, об'єднаного франчайзером, який є власником нематеріальних активів (інтелектуальної власності) підприємства, що належить франчайзі. Інтелектуальна власність охоплює таке широке коло об'єктів: товарні знаки і знаки обслуговування, винаходи, промислові знаки, фірмові найменування, авторські права тощо.

Основні **види** франчайзингу склалися відповідно до форм взаємодії великих і малих фірм. Виходячи з цього, розрізняють франчайзинг товарний; виробничий; діловий (ліцензійний) [54, 153].

При **товарному** франчайзингу франчайзером звичайно є великий виробник, у якого дилер-франчайзі набуває права на продаж і сервісне обслуговування товарів відповідної марки. При цьому реалізація продукції кінцевим споживачам здійснюється винятково від імені франчайзера. Часто право на продаж і сервіс покупців фірма-франчайзі одержує на певній території, регіоні. Як приклади тут можуть служити дилерські мережі з торгівлі технікою (наприклад, автомобілями), а також системи фірмових бензоколонок.

У випадку **виробничого** франчайзингу має місце продаж підприємствам-франчайзі технологій, патентів по них і сировини для виготовлення певного продукту. Найчастіше за все право використання технологій, патентів, «ноу-хау» і право реалізації продукції надається в межах певного продукту. Класичний приклад такого типу франчайзингу – виробництво безалкогольних напоїв з концентратів і за технологією компанії «Кока-кола», «Пепсі-кола» тощо.

Третій вид – **діловий** франчайзинг – передбачає придбання ліцензії на так званий «бізнес-формат», що охоплює практично всі елементи виробничо-господарського циклу великого підприємства, від сировини і технологій до організаційних схем і методів звітності. Найбільше розповсюдження цей вид франчайзингу отримав у торгівлі, побутовому обслуговуванні, готельному бізнесі, громадському харчуванні. Саме так функціонує відомий «МакДональдс».

Франчайзинг в нашій країні продовжує розвиватися і є цілком затребуваним, однак на даний момент він знаходиться в початковому стані в порівнянні з тим же ринком Західної Європи і Америки. За інформації Міжнародної Асоціації Франчайзингу в світі франчайзинг успішно застосовується в більш ніж 75 галузях. Це галузі, в яких роботу можна описати і в якійсь мірі стандартизувати, а потім передати весь свій досвід за допомогою навчання і допомоги іншому підприємцю. Особливо

сового стану франчайзера – організатора справи, власника генеральної ліцензії, власника «ноу-хау» або патента, головного консультанта і досвідченого постачальника необхідних продуктів, обладнання, технології, які необхідні для здійснення підприємницької діяльності, та франчайзі – підприємця, діяльність якого є самостійною, але його підприємство функціонує не як відокремлений суб'єкт правовідносин, а як частина єдиного комплексу, об'єднаного франчайзером, який є власником нематеріальних активів (інтелектуальної власності) підприємства, що належить франчайзі. Інтелектуальна власність охоплює таке широке коло об'єктів: товарні знаки і знаки обслуговування, винаходи, промислові знаки, фірмові найменування, авторські права тощо.

Основні **види** франчайзингу склалися відповідно до форм взаємодії великих і малих фірм. Виходячи з цього, розрізняють франчайзинг товарний; виробничий; діловий (ліцензійний) [54, 153].

При **товарному** франчайзингу франчайзером звичайно є великий виробник, у якого дилер-франчайзі набуває права на продаж і сервісне обслуговування товарів відповідної марки. При цьому реалізація продукції кінцевим споживачам здійснюється винятково від імені франчайзера. Часто право на продаж і сервіс покупців фірма-франчайзі одержує на певній території, регіоні. Як приклади тут можуть служити дилерські мережі з торгівлі технікою (наприклад, автомобілями), а також системи фірмових бензоколонок.

У випадку **виробничого** франчайзингу має місце продаж підприємствам-франчайзі технологій, патентів по них і сировини для виготовлення певного продукту. Найчастіше за все право використання технологій, патентів, «ноу-хау» і право реалізації продукції надається в межах певного продукту. Класичний приклад такого типу франчайзингу – виробництво безалкогольних напоїв з концентратів і за технологією компанії «Кока-кола», «Пепсі-кола» тощо.

Третій вид – **діловий** франчайзинг – передбачає придбання ліцензії на так званий «бізнес-формат», що охоплює практично всі елементи виробничо-господарського циклу великого підприємства, від сировини і технологій до організаційних схем і методів звітності. Найбільше розповсюдження цей вид франчайзингу отримав у торгівлі, побутовому обслуговуванні, готельному бізнесі, громадському харчуванні. Саме так функціонує відомий «МакДональдс».

Франчайзинг в нашій країні продовжує розвиватися і є цілком затребуваним, однак на даний момент він знаходиться в початковому стані в порівнянні з тим же ринком Західної Європи і Америки. За інформації Міжнародної Асоціації Франчайзингу в світі франчайзинг успішно застосовується в більш ніж 75 галузях. Це галузі, в яких роботу можна описати і в якійсь мірі стандартизувати, а потім передати весь свій досвід за допомогою навчання і допомоги іншому підприємцю. Особливо

популярні франшизи у сфері громадського харчування і готельного бізнесу, роздрібною торгівлі, послуг для бізнесу або удома. В Україні, звичайно, такої різноманітності поки немає. Але при розмові про франчайзинг вже зараз не обмежуються фаст-фудами, заправками і магазинами одягу. Франчайзинг в Україні розвивається з середини 1990-х, проте справжній бум почався в 2004 році. З тих пір кількість франчайзингових мереж щорічно збільшується в середньому на 30%. В даний час принципи франчайзингу використовують (або тільки планують це робити) близько 400 компаній. Як і в багатьох інших країнах, більше всього франшиз представлено в роздрібній торгівлі, на другому місці – громадське харчування, потім – сфера послуг і виробництво.

В Україні представлені франчайзери як іноземні (Росії, Польщі, Голландії, Франції, США і інших розвинених країн), так і вітчизняні, причому частка останніх (у кількісному виразі) складає приблизно 50%. В основному ці компанії відкривають свої власні відділення і поки не дійшли до рівня продажу мастер-франшизи на території України або побудови повноцінної франчайзингової мережі. Вони ще працюють в режимі «розвідки», перевіряючи ринок і відповідність йому своєї франшизи. Функціонуючий же франчайзинг в Україні представлений мережами місцевого або російського походження. Їм легко виходити на ринок, оскільки потрібна мінімальна адаптація франчайзингового пакету. Найбільш відомі в Україні франшизи: Піца Челентано, Максмак, SELA, Форнетті, Євротоп, Наш Край, Галопом по Європах, Поїхали з нами, DiaWest, Аптека Доброго Дня, ТНК (розвиток мережі джобберських АЗС). Як і в Росії, компанія МакДональдс має на українському ринку тільки власні об'єкти, і продавати тут франшизи поки не планує. Булі спроби експорту франшизи з України (Піца Челентано, «Картопляна хата», але масштабний розвиток по франчайзингу відкладається власниками бренду. Вони, як правило, прагнуть побудувати сильну і стабільно працюючу мережу в своїй країні, а вже потім виходити на ринки інших країн.[183].

Офіційне поняття «франчайзингу» в Україні не закріплено, відсутній закон про франчайзинг, проте в Цивільному і Господарському кодексах присутні норми, що стосуються комерційної концесії. Тому підприємці укладають договори комерційної концесії і ліцензії. Чинне українське законодавство не визначає особливостей оподаткування франчайзингу, що відповідно до договору може поєднувати кілька господарських операцій (наприклад, рекламну підтримку, продажів устаткування, сировини, товарів зі знижками, передачу прав на об'єкти інтелектуальної власності, лізинг основних коштів і т. Для цілей оподаткування податком на прибуток, винагорода за договором франчайзингу (включаючи первісний внесок) може розглядатися як плата за надання послуг.

популярні франшизи у сфері громадського харчування і готельного бізнесу, роздрібною торгівлі, послуг для бізнесу або удома. В Україні, звичайно, такої різноманітності поки немає. Але при розмові про франчайзинг вже зараз не обмежуються фаст-фудами, заправками і магазинами одягу. Франчайзинг в Україні розвивається з середини 1990-х, проте справжній бум почався в 2004 році. З тих пір кількість франчайзингових мереж щорічно збільшується в середньому на 30%. В даний час принципи франчайзингу використовують (або тільки планують це робити) близько 400 компаній. Як і в багатьох інших країнах, більше всього франшиз представлено в роздрібній торгівлі, на другому місці – громадське харчування, потім – сфера послуг і виробництво.

В Україні представлені франчайзери як іноземні (Росії, Польщі, Голландії, Франції, США і інших розвинених країн), так і вітчизняні, причому частка останніх (у кількісному виразі) складає приблизно 50%. В основному ці компанії відкривають свої власні відділення і поки не дійшли до рівня продажу мастер-франшизи на території України або побудови повноцінної франчайзингової мережі. Вони ще працюють в режимі «розвідки», перевіряючи ринок і відповідність йому своєї франшизи. Функціонуючий же франчайзинг в Україні представлений мережами місцевого або російського походження. Їм легко виходити на ринок, оскільки потрібна мінімальна адаптація франчайзингового пакету. Найбільш відомі в Україні франшизи: Піца Челентано, Максмак, SELA, Форнетті, Євротоп, Наш Край, Галопом по Європах, Поїхали з нами, DiaWest, Аптека Доброго Дня, ТНК (розвиток мережі джобберських АЗС). Як і в Росії, компанія МакДональдс має на українському ринку тільки власні об'єкти, і продавати тут франшизи поки не планує. Булі спроби експорту франшизи з України (Піца Челентано, «Картопляна хата», але масштабний розвиток по франчайзингу відкладається власниками бренду. Вони, як правило, прагнуть побудувати сильну і стабільно працюючу мережу в своїй країні, а вже потім виходити на ринки інших країн.[183].

Офіційне поняття «франчайзингу» в Україні не закріплено, відсутній закон про франчайзинг, проте в Цивільному і Господарському кодексах присутні норми, що стосуються комерційної концесії. Тому підприємці укладають договори комерційної концесії і ліцензії. Чинне українське законодавство не визначає особливостей оподаткування франчайзингу, що відповідно до договору може поєднувати кілька господарських операцій (наприклад, рекламну підтримку, продажів устаткування, сировини, товарів зі знижками, передачу прав на об'єкти інтелектуальної власності, лізинг основних коштів і т. Для цілей оподаткування податком на прибуток, винагорода за договором франчайзингу (включаючи первісний внесок) може розглядатися як плата за надання послуг.

Перспективи франчайзингу у нас в країні, на думку фахівців, сприятливі. Найскладніше у франчайзингу – збереження єдиного рівня сервісу і стандартів у всій мережі, а також виконання всіх розпоряджень франчайзера. У нас багато людей не звикли працювати точно по інструкції. Тому, наприклад, в Японії або Німеччині франчайзинг приживається набагато легше, ніж у нас. Якщо франчайзі не є професіоналом в певному виді бізнесу, то навіть якщо йому пропонують готове рішення, працювати ефективно він не зможе.

У Україні розвивається ринок консалтингових і юридичних послуг в області франчайзингу. Асоціація франчайзингу України, зареєстрована в кінці 2001 року, займається популяризацією франчайзингу в підприємницьких кругах, представляє інтереси франчайзерів, проводить і організовує тематичні семінари і конференції, видає допомогу і т. д. З 2005 року в Києві проводиться щорічна міжнародна виставка «Франчайзинг», а з 2007-го – виставка (яка перетворилася на форум) Brand4Rent, крім того, регулярно проводяться різні семінари і тренінги, присвячені франчайзингу, випускається спеціалізований журнал «Магазин готового бізнесу & Франчайзинг». Друкарські каталоги франшиз видає Українська асоціація франчайзингу і компанія Domano. Основні сайти, присвячені франчайзингу в Україні: franch.com.ua, top-franchising.com.ua, franchising.ua, newbiz.com.ua/fran_1. Вони містять каталоги франшиз і пропозиції франчайзингу (близько 400), повні описи франчайзингових пакетів, інформацію для франчайзі, новини франчайзингу.

Каталоги франшиз надають потенційним партнерам франчайзингових мереж – майбутнім франчайзі інформацію про власників франшиз і про самі франшизи та тим самим полегшують підприємцям пошук і підбір франшизи з погляду виду діяльності, фінансових витрат і інших критеріїв. Каталог містить загальний аналіз стану і розвитку франчайзингу в Україні, особливості законодавчого регулювання франчайзингу, детальний опис франчайзингових мереж з різних сфер діяльності, бізнес-портретів франшиз, умов співпраці, представлена контактна інформація більшості франчайзерів, які на даний момент ведуть активну роботу на ринку франчайзингу.

Формування та подальший розвиток системи франчайзингу в Україні сприятиме вирішенню багатьох проблем становлення суб'єктів підприємництва, зокрема залученню в мале та середнє підприємництво широкого кола осіб, які не наслідуються займатися бізнесом без підтримки та навчання, тих, хто залишився без роботи і бажає зайнятися більш надійним та ефективним бізнесом. Крім того, франчайзинг сприятиме опануванню малим та середнім підприємництвом нових технологій, створенню додаткових робочих місць, підвищенню якісного рівня підготовки кадрів, розширенню сфер діяльності.

Перспективи франчайзингу у нас в країні, на думку фахівців, сприятливі. Найскладніше у франчайзингу – збереження єдиного рівня сервісу і стандартів у всій мережі, а також виконання всіх розпоряджень франчайзера. У нас багато людей не звикли працювати точно по інструкції. Тому, наприклад, в Японії або Німеччині франчайзинг приживається набагато легше, ніж у нас. Якщо франчайзі не є професіоналом в певному виді бізнесу, то навіть якщо йому пропонують готове рішення, працювати ефективно він не зможе.

У Україні розвивається ринок консалтингових і юридичних послуг в області франчайзингу. Асоціація франчайзингу України, зареєстрована в кінці 2001 року, займається популяризацією франчайзингу в підприємницьких кругах, представляє інтереси франчайзерів, проводить і організовує тематичні семінари і конференції, видає допомогу і т. д. З 2005 року в Києві проводиться щорічна міжнародна виставка «Франчайзинг», а з 2007-го – виставка (яка перетворилася на форум) Brand4Rent, крім того, регулярно проводяться різні семінари і тренінги, присвячені франчайзингу, випускається спеціалізований журнал «Магазин готового бізнесу & Франчайзинг». Друкарські каталоги франшиз видає Українська асоціація франчайзингу і компанія Domano. Основні сайти, присвячені франчайзингу в Україні: franch.com.ua, top-franchising.com.ua, franchising.ua, newbiz.com.ua/fran_1. Вони містять каталоги франшиз і пропозиції франчайзингу (близько 400), повні описи франчайзингових пакетів, інформацію для франчайзі, новини франчайзингу.

Каталоги франшиз надають потенційним партнерам франчайзингових мереж – майбутнім франчайзі інформацію про власників франшиз і про самі франшизи та тим самим полегшують підприємцям пошук і підбір франшизи з погляду виду діяльності, фінансових витрат і інших критеріїв. Каталог містить загальний аналіз стану і розвитку франчайзингу в Україні, особливості законодавчого регулювання франчайзингу, детальний опис франчайзингових мереж з різних сфер діяльності, бізнес-портретів франшиз, умов співпраці, представлена контактна інформація більшості франчайзерів, які на даний момент ведуть активну роботу на ринку франчайзингу.

Формування та подальший розвиток системи франчайзингу в Україні сприятиме вирішенню багатьох проблем становлення суб'єктів підприємництва, зокрема залученню в мале та середнє підприємництво широкого кола осіб, які не наслідуються займатися бізнесом без підтримки та навчання, тих, хто залишився без роботи і бажає зайнятися більш надійним та ефективним бізнесом. Крім того, франчайзинг сприятиме опануванню малим та середнім підприємництвом нових технологій, створенню додаткових робочих місць, підвищенню якісного рівня підготовки кадрів, розширенню сфер діяльності.



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Назвіть види підприємницьких договорів
2. Наведіть типовий зміст підприємницького договору
3. Визначить ознаки державно-приватного партнерства
4. Які договори можуть укладатися при здійсненні державно-приватного партнерства?
5. В яких сферах здійснюється державно-приватного партнерство?
6. Назвіть критерії визначення організації як соціально відповідальної
7. З якого року почався процес виникнення та становлення громадських об'єднань підприємців в Україні?
8. Які громадських об'єднання підприємців існують в Україні?
9. В чому полягають особливості венчурних підприємств та венчурного капіталу?
10. Поясніть поняття «офшорна компанія»
11. Розкрийте зміст поняття «оренда»
12. Які є форми оренди?
13. Назвіть умови договору оренди
14. Розкрийте зміст та особливості понять «лізинг», «концесія», «комерційна концесія»
15. Які особливості, переваги та недоліки франчайзингу?
16. Назвіть види франчайзингу, наведіть приклади



Питання для самоперевірки та контролю знань

1. Назвіть види підприємницьких договорів
2. Наведіть типовий зміст підприємницького договору
3. Визначить ознаки державно-приватного партнерства
4. Які договори можуть укладатися при здійсненні державно-приватного партнерства?
5. В яких сферах здійснюється державно-приватного партнерство?
6. Назвіть критерії визначення організації як соціально відповідальної
7. З якого року почався процес виникнення та становлення громадських об'єднань підприємців в Україні?
8. Які громадських об'єднання підприємців існують в Україні?
9. В чому полягають особливості венчурних підприємств та венчурного капіталу?
10. Поясніть поняття «офшорна компанія»
11. Розкрийте зміст поняття «оренда»
12. Які є форми оренди?
13. Назвіть умови договору оренди
14. Розкрийте зміст та особливості понять «лізинг», «концесія», «комерційна концесія»
15. Які особливості, переваги та недоліки франчайзингу?
16. Назвіть види франчайзингу, наведіть приклади

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ТИПОВИХ ЗАДАЧ

9.1 Цінні папери

Номинальна вартість акції (B_n) характеризує частку статутного фонду, яка припадає на акцію

$$B_n = \frac{C_\phi}{K_a},$$

де C_ϕ – статутний фонд;

K_a – кількість акцій.

При інфляції номінальна вартість повинна переоцінюватися

$$B_n = B_n \cdot I_i,$$

де I_i – індекс інфляції

Ринкова вартість (B_p) визначається у співвідношенні дивідендів по акції та альтернативною вартістю.

Для акції з постійними дивідендами ринкова вартість визначається за формулою

$$B_p = \frac{D \cdot 100}{r},$$

де D – річна сума дивіденду по акції;

r – процентна ставка по банківських депозитах з урахуванням надбавки за ризик.

Сума дивідендів визначається за формулою

$$D = \frac{B_n \cdot g}{100},$$

де g – процент дивіденду.

Тоді

$$B_p = \frac{B_n \cdot g}{r}$$

МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ
ДО РОЗВ'ЯЗАННЯ ТИПОВИХ ЗАДАЧ

9.1 Цінні папери

Номинальна вартість акції (B_n) характеризує частку статутного фонду, яка припадає на акцію

$$B_n = \frac{C_\phi}{K_a},$$

де C_ϕ – статутний фонд;

K_a – кількість акцій.

При інфляції номінальна вартість повинна переоцінюватися

$$B_n = B_n \cdot I_i,$$

де I_i – індекс інфляції

Ринкова вартість (B_p) визначається у співвідношенні дивідендів по акції та альтернативною вартістю.

Для акції з постійними дивідендами ринкова вартість визначається за формулою

$$B_p = \frac{D \cdot 100}{r},$$

де D – річна сума дивіденду по акції;

r – процентна ставка по банківських депозитах з урахуванням надбавки за ризик.

Сума дивідендів визначається за формулою

$$D = \frac{B_n \cdot g}{100},$$

де g – процент дивіденду.

Тоді

$$B_p = \frac{B_n \cdot g}{r}$$

Для акцій, що постійно зростають дивіденди, її ринкова вартість розраховується за формулою Гордона

$$B_p = \frac{D(1 + T_d / 100)}{r / 100 - T_d / 100},$$

де T_d – темп росту дивідендів, %

Ринкова вартість будь-якого цінного паперу визначається за формулою:

$$B_p = \sum \frac{ГП_t}{(1 + \frac{r}{100})^t},$$

де $ГП_t$ – очікуваний грошовий потік в-му періоді;

r – гранична (допустима) норма доходності.

9.2 Орендні операції

Розмір річної орендної плати за використання цілісних майнових комплексів(підприємства або його структурних підрозділів) або нерухомого майна державних підприємств визначається за формулою:

$$O_{пл} = \frac{(B_{оз} + B_{нм}) \cdot C_{ор.ц}}{100},$$

де $O_{пл}$ – розмір річної орендної плати, грн.;

$B_{оз}$ – вартість основних засобів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$B_{нм}$ – вартість нематеріальних активів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$C_{ор.ц}$ – орендна ставка за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств

Орендна ставка за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств визначається згідно з таблицями Г.1 і Г.2 додатка Г.

У разі визначення орендаря на конкурсних засадах умовами конкурсу може бути передбачено більший розмір орендної плати.

У разі коли орендодавцем майна є Фонд державного майна, його регіональне відділення чи представництво, орендна плата спрямовується:

– за цілісні майнові комплекси державних підприємств – до державного бюджету;

– за нерухоме майно державних підприємств, організацій – 70 відсотків орендної плати до державного бюджету, 30 відсотків – державному підприємству, організації, на балансі яких перебуває це майно;

Для акцій, що постійно зростають дивіденди, її ринкова вартість розраховується за формулою Гордона

$$B_p = \frac{D(1 + T_d / 100)}{r / 100 - T_d / 100},$$

де T_d – темп росту дивідендів, %

Ринкова вартість будь-якого цінного паперу визначається за формулою:

$$B_p = \sum \frac{ГП_t}{(1 + \frac{r}{100})^t},$$

де $ГП_t$ – очікуваний грошовий потік в-му періоді;

r – гранична (допустима) норма доходності.

9.2 Орендні операції

Розмір річної орендної плати за використання цілісних майнових комплексів(підприємства або його структурних підрозділів) або нерухомого майна державних підприємств визначається за формулою:

$$O_{пл} = \frac{(B_{оз} + B_{нм}) \cdot C_{ор.ц}}{100},$$

де $O_{пл}$ – розмір річної орендної плати, грн.;

$B_{оз}$ – вартість основних засобів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$B_{нм}$ – вартість нематеріальних активів за незалежною оцінкою на час оцінки об'єкта оренди, гривень;

$C_{ор.ц}$ – орендна ставка за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств

Орендна ставка за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств визначається згідно з таблицями Г.1 і Г.2 додатка Г.

У разі визначення орендаря на конкурсних засадах умовами конкурсу може бути передбачено більший розмір орендної плати.

У разі коли орендодавцем майна є Фонд державного майна, його регіональне відділення чи представництво, орендна плата спрямовується:

– за цілісні майнові комплекси державних підприємств – до державного бюджету;

– за нерухоме майно державних підприємств, організацій – 70 відсотків орендної плати до державного бюджету, 30 відсотків – державному підприємству, організації, на балансі яких перебуває це майно;

– за майно, що не ввійшло до статутного фонду господарського товариства, створеного у процесі приватизації (корпоратизації),
 – до державного бюджету. Якщо господарське товариство, створене у процесі приватизації (корпоратизації), утримує об'єкти житлового фонду, що не ввійшли до його статутного фонду, – 70% орендної плати до державного бюджету, 30% – господарському товариству.

У разі коли орендодавцем майна є державне підприємство, організація, орендна плата спрямовується:

– за окреме індивідуально визначене майно підприємства, організації (крім нерухомого) – підприємству, організації;
 – за цілісний майновий комплекс структурного підрозділу підприємства, організації, нерухоме майно – 70 відсотків орендної плати підприємству, організації, 30 відсотків – до державного бюджету.

Для проведення **оцінки майна** застосовуються такі основні **методичні підходи**:

– витратний (майновий – для оцінки об'єктів у формі цілісного майнового комплексу та у формі майнових прав);
 – дохідний;
 – порівняльний.

За витратним підходом вартість об'єкта оцінки визначається за формулою

$$B_{m(\theta)} = B_e - C_z = B_e - B_e \cdot K_z,$$

де B_e – поточна вартість витрат;

C_z – сума зносу;

K_z – коефіцієнт зносу.

За дохідним підходом (метод прямої капіталізації) вартість об'єкта оцінки визначається за формулою

$$B_{m(\theta)} = \frac{\Pi}{C_n},$$

де Π – прибуток;

C_n – ставка прибутковості.

9.3 Приклади розв'язання типових задач

Приклад 1

Загальний капітал господарського товариства складає 200 тис. грн. В товаристві три засновника: партнер Л. з часткою капіталу 50%, партнер К. – 30%, решта – частка партнера М. Прибуток у розмірі 40 тис. грн. розподіляється між партнерами таким чином: 10% на капітал, решта прибутку в співвідношенні 1:2:1.

– за майно, що не ввійшло до статутного фонду господарського товариства, створеного у процесі приватизації (корпоратизації),
 – до державного бюджету. Якщо господарське товариство, створене у процесі приватизації (корпоратизації), утримує об'єкти житлового фонду, що не ввійшли до його статутного фонду, – 70% орендної плати до державного бюджету, 30% – господарському товариству.

У разі коли орендодавцем майна є державне підприємство, організація, орендна плата спрямовується:

– за окреме індивідуально визначене майно підприємства, організації (крім нерухомого) – підприємству, організації;
 – за цілісний майновий комплекс структурного підрозділу підприємства, організації, нерухоме майно – 70 відсотків орендної плати підприємству, організації, 30 відсотків – до державного бюджету.

Для проведення **оцінки майна** застосовуються такі основні **методичні підходи**:

– витратний (майновий – для оцінки об'єктів у формі цілісного майнового комплексу та у формі майнових прав);
 – дохідний;
 – порівняльний.

За витратним підходом вартість об'єкта оцінки визначається за формулою

$$B_{m(\theta)} = B_e - C_z = B_e - B_e \cdot K_z,$$

де B_e – поточна вартість витрат;

C_z – сума зносу;

K_z – коефіцієнт зносу.

За дохідним підходом (метод прямої капіталізації) вартість об'єкта оцінки визначається за формулою

$$B_{m(\theta)} = \frac{\Pi}{C_n},$$

де Π – прибуток;

C_n – ставка прибутковості.

9.3 Приклади розв'язання типових задач

Приклад 1

Загальний капітал господарського товариства складає 200 тис. грн. В товаристві три засновника: партнер Л. з часткою капіталу 50%, партнер К. – 30%, решта – частка партнера М. Прибуток у розмірі 40 тис. грн. розподіляється між партнерами таким чином: 10% на капітал, решта прибутку в співвідношенні 1:2:1.

Визначити зміну структури капіталу, якщо половина прибутку йде на збільшення капіталу товариства.

Розв'язування

1. Визначення капіталу кожного партнера K_i за формулою

$$K_i = \frac{K_{\text{заг}} \cdot B_i}{100},$$

де B_i – частка і-го партнера, %;

$K_{\text{заг}}$ – загальний капітал товариства

– партнера Л. $K_L = \frac{200 \cdot 50}{100} = 100$ тис.грн.

– партнера К. $K_K = \frac{200 \cdot 30}{100} = 60$ тис.грн.

– партнера М. $K_M = \frac{200 \cdot 20}{100} = 40$ тис.грн.

2. Визначення частини прибутку кожного партнера, яка нараховується як 10% на капітал за формулою

$$\Pi_i = \frac{K_i \cdot 10}{100}$$

– партнера Л. $\Pi_L = \frac{100 \cdot 10}{100} = 10$ тис.грн.

– партнера К. $\Pi_K = \frac{60 \cdot 10}{100} = 6$ тис.грн.

– партнера М. $\Pi_M = \frac{40 \cdot 10}{100} = 4$ тис.грн.

– разом $\Pi_1 = 10 + 6 + 4 = 20$ тис.грн.

3. Визначення решти прибутку товариства, яка розподіляється у співвідношенні.

$$\Pi_2 = 40 - 20 = 20 \text{ тис.грн.}$$

4. Розподіл частини прибутку між партнерами у співвідношенні 1:2:1.

Розподіляємо на чотири частини $20/4=5$ тис.грн. Партнеру Л. – одна частина, тобто 5 тис.грн., партнеру К. – дві частини, тобто 10 тис.грн., партнеру М. також одна частина 5 тис.грн.

Визначити зміну структури капіталу, якщо половина прибутку йде на збільшення капіталу товариства.

Розв'язування

1. Визначення капіталу кожного партнера K_i за формулою

$$K_i = \frac{K_{\text{заг}} \cdot B_i}{100},$$

де B_i – частка і-го партнера, %;

$K_{\text{заг}}$ – загальний капітал товариства

– партнера Л. $K_L = \frac{200 \cdot 50}{100} = 100$ тис.грн.

– партнера К. $K_K = \frac{200 \cdot 30}{100} = 60$ тис.грн.

– партнера М. $K_M = \frac{200 \cdot 20}{100} = 40$ тис.грн.

2. Визначення частини прибутку кожного партнера, яка нараховується як 10% на капітал за формулою

$$\Pi_i = \frac{K_i \cdot 10}{100}$$

– партнера Л. $\Pi_L = \frac{100 \cdot 10}{100} = 10$ тис.грн.

– партнера К. $\Pi_K = \frac{60 \cdot 10}{100} = 6$ тис.грн.

– партнера М. $\Pi_M = \frac{40 \cdot 10}{100} = 4$ тис.грн.

– разом $\Pi_1 = 10 + 6 + 4 = 20$ тис.грн.

3. Визначення решти прибутку товариства, яка розподіляється у співвідношенні.

$$\Pi_2 = 40 - 20 = 20 \text{ тис.грн.}$$

4. Розподіл частини прибутку між партнерами у співвідношенні 1:2:1.

Розподіляємо на чотири частини $20/4=5$ тис.грн. Партнеру Л. – одна частина, тобто 5 тис.грн., партнеру К. – дві частини, тобто 10 тис.грн., партнеру М. також одна частина 5 тис.грн.

5. Визначення загального прибутку кожного партнера за формулою:

$$\Pi_i = \Pi_{li} + \Pi_{2i}$$

- партнера Л. $\Pi_{л} = 10 + 5 = 15$ тис.грн.
- партнера К. $\Pi_{к} = 6 + 10 = 16$ тис.грн.
- партнера М. $\Pi_{м} = 4 + 5 = 9$ тис.грн.

6. Визначення частини прибутку, яка йде на збільшення капіталу товариства.

За умовою задачі збільшення капіталу товариства буде здійснюватися за рахунок половини прибутку кожного партнера

- партнера Л. $\Delta K_{л} = 15 \cdot 0,5 = 7,5$ грн.
- партнера К. $\Delta K_{к} = 16 \cdot 0,5 = 8$ грн.
- партнера М. $\Delta K_{м} = 9 \cdot 0,5 = 4,5$ грн.
- разом $\Delta K = 7,5 + 8 + 4,5 = 20$ грн.

7. Визначення нового капіталу кожного партнера.

$$K'' = K + \Delta K$$

- партнера Л. $K_{л}'' = 100 + 7,5 = 107,5$ грн.
- партнера К. $K_{к}'' = 60 + 8 = 68$ грн.
- партнера М. $K_{м}'' = 40 + 4,5 = 44,5$ грн.
- разом $K'' = 107,5 + 68 + 44,5 = 220$ грн.

8. Визначення структури нового капіталу (питома вага частки кожного партнера) за формулою:

$$B_i'' = \frac{K_i''}{K''} \cdot 100$$

- партнера Л. $B_{л}'' = \frac{107,5}{220} \cdot 100 = 49\%$
- партнера К. $B_{к}'' = \frac{68}{220} \cdot 100 = 31\%$
- партнера М. $B_{м}'' = \frac{44,5}{220} \cdot 100 = 20\%$

5. Визначення загального прибутку кожного партнера за формулою:

$$\Pi_i = \Pi_{li} + \Pi_{2i}$$

- партнера Л. $\Pi_{л} = 10 + 5 = 15$ тис.грн.
- партнера К. $\Pi_{к} = 6 + 10 = 16$ тис.грн.
- партнера М. $\Pi_{м} = 4 + 5 = 9$ тис.грн.

6. Визначення частини прибутку, яка йде на збільшення капіталу товариства.

За умовою задачі збільшення капіталу товариства буде здійснюватися за рахунок половини прибутку кожного партнера

- партнера Л. $\Delta K_{л} = 15 \cdot 0,5 = 7,5$ грн.
- партнера К. $\Delta K_{к} = 16 \cdot 0,5 = 8$ грн.
- партнера М. $\Delta K_{м} = 9 \cdot 0,5 = 4,5$ грн.
- разом $\Delta K = 7,5 + 8 + 4,5 = 20$ грн.

7. Визначення нового капіталу кожного партнера.

$$K'' = K + \Delta K$$

- партнера Л. $K_{л}'' = 100 + 7,5 = 107,5$ грн.
- партнера К. $K_{к}'' = 60 + 8 = 68$ грн.
- партнера М. $K_{м}'' = 40 + 4,5 = 44,5$ грн.
- разом $K'' = 107,5 + 68 + 44,5 = 220$ грн.

8. Визначення структури нового капіталу (питома вага частки кожного партнера) за формулою:

$$B_i'' = \frac{K_i''}{K''} \cdot 100$$

- партнера Л. $B_{л}'' = \frac{107,5}{220} \cdot 100 = 49\%$
- партнера К. $B_{к}'' = \frac{68}{220} \cdot 100 = 31\%$
- партнера М. $B_{м}'' = \frac{44,5}{220} \cdot 100 = 20\%$

9. Визначення зміни структури капіталу у абсолютному виразі як різниці $B_i'' - B_i$ та відносному виразі за формулою:

$$\Delta B_i = \frac{B_i'' - B_i}{B_i} \cdot 100$$

– партнера Л. $\Delta B_{\text{л}} = \frac{49 - 50}{50} \cdot 100 = -2\%$ (зменшення)

– партнера К. $\Delta B_{\text{к}} = \frac{31 - 30}{30} \cdot 100 = 3,3\%$ (збільшення)

– партнера М. $\Delta B_{\text{м}} = \frac{20 - 20}{20} \cdot 100 = 0\%$ (без зміни)

Приклад 2

Визначити розмір дивідендів по звичайним акціям, якщо відома частина прибутку, яка піде на виплату дивідендів – 2400 грн.

Загальна кількість акцій – 10000 шт., з них привілейовані – 1000 шт. з фіксованим розміром дивідендів 30%. Номінальна вартість однієї акції – 2 грн.

Розв'язування.

1. Визначення кількості звичайних акцій:

$$K_a^{36} = K_a - K_a^{np},$$

де K_a – загальна кількість акцій;

K_a^{np} – кількість привілейованих акцій

$$K_a^{36} = 10000 - 1000 = 9000 \text{ шт.}$$

2. Визначення вартості акцій:

– звичайних

$$B_a^{36} = K_a^{36} \cdot B_n,$$

де B_n – номінальна вартість акції, грн.

$$B_a^{36} = 9000 \cdot 2 = 18000 \text{ грн.}$$

– привілейованих

$$B_a^{np} = K_a^{np} \cdot B_n.$$

$$B_a^{np} = 1000 \cdot 2 = 2000 \text{ грн.}$$

9. Визначення зміни структури капіталу у абсолютному виразі як різниці $B_i'' - B_i$ та відносному виразі за формулою:

$$\Delta B_i = \frac{B_i'' - B_i}{B_i} \cdot 100$$

– партнера Л. $\Delta B_{\text{л}} = \frac{49 - 50}{50} \cdot 100 = -2\%$ (зменшення)

– партнера К. $\Delta B_{\text{к}} = \frac{31 - 30}{30} \cdot 100 = 3,3\%$ (збільшення)

– партнера М. $\Delta B_{\text{м}} = \frac{20 - 20}{20} \cdot 100 = 0\%$ (без зміни)

Приклад 2

Визначити розмір дивідендів по звичайним акціям, якщо відома частина прибутку, яка піде на виплату дивідендів – 2400 грн.

Загальна кількість акцій – 10000 шт., з них привілейовані – 1000 шт. з фіксованим розміром дивідендів 30%. Номінальна вартість однієї акції – 2 грн.

Розв'язування.

1. Визначення кількості звичайних акцій:

$$K_a^{36} = K_a - K_a^{np},$$

де K_a – загальна кількість акцій;

K_a^{np} – кількість привілейованих акцій

$$K_a^{36} = 10000 - 1000 = 9000 \text{ шт.}$$

2. Визначення вартості акцій:

– звичайних

$$B_a^{36} = K_a^{36} \cdot B_n,$$

де B_n – номінальна вартість акції, грн.

$$B_a^{36} = 9000 \cdot 2 = 18000 \text{ грн.}$$

– привілейованих

$$B_a^{np} = K_a^{np} \cdot B_n.$$

$$B_a^{np} = 1000 \cdot 2 = 2000 \text{ грн.}$$

3. Визначення суми дивідендів, яка виплачується по привілейованих акціях:

$$D^{np} = \frac{B_a^{np} \cdot \%D^{np}}{100},$$

де $\%D^{np}$ – фіксований розмір дивідендів по привілейованих акціях, %.

$$D^{np} = \frac{2000 \cdot 30}{100} = 600 \text{ грн.}$$

4. Визначення суми дивідендів, яка виплачується по звичайних акціях:

$$D^{zb} = D - D^{np},$$

де D – частина прибутку, яка йде на виплату дивідендів.

$$D^{zb} = 2400 - 600 = 1800 \text{ грн.}$$

5. Розмір дивідендів по звичайних акціях:

$$\%D^{zb} = \frac{D^{zb} \cdot 100}{B^{zb}},$$

$$\%D^{zb} = \frac{1800 \cdot 100}{18000} = 10\%.$$

Результати розрахунків зведемо в таблицю.

Вид акції	Кількість акцій, шт.	Вартість акцій, грн.	Дивіденди		
			грн.	%	на 1 акцію
Звичайні	9000	18000	1800	10	20 коп.
Привілейовані	1000	2000	600	30	60 коп.
Всього	10000	20000	2400		

Приклад 3

Визначити номінальну та ринкову вартість акції, якщо відомо, що підприємство випустило акцій загальною кількістю 100000 шт.

Розмір дивідендів становить 20%.

Загальна вартість майна підприємства становить:

- вартість основних фондів – 1000000 грн.
- вартість оборотних коштів – 200000 грн.
- вартість нематеріальних активів – 50000 грн.

Дебіторська заборгованість – 40000 грн., кредиторська заборгованість – 25000 грн. Банківський відсоток становить 12%.

3. Визначення суми дивідендів, яка виплачується по привілейованих акціях:

$$D^{np} = \frac{B_a^{np} \cdot \%D^{np}}{100},$$

де $\%D^{np}$ – фіксований розмір дивідендів по привілейованих акціях, %.

$$D^{np} = \frac{2000 \cdot 30}{100} = 600 \text{ грн.}$$

4. Визначення суми дивідендів, яка виплачується по звичайних акціях:

$$D^{zb} = D - D^{np},$$

де D – частина прибутку, яка йде на виплату дивідендів.

$$D^{zb} = 2400 - 600 = 1800 \text{ грн.}$$

5. Розмір дивідендів по звичайних акціях:

$$\%D^{zb} = \frac{D^{zb} \cdot 100}{B^{zb}},$$

$$\%D^{zb} = \frac{1800 \cdot 100}{18000} = 10\%.$$

Результати розрахунків зведемо в таблицю.

Вид акції	Кількість акцій, шт.	Вартість акцій, грн.	Дивіденди		
			грн.	%	на 1 акцію
Звичайні	9000	18000	1800	10	20 коп.
Привілейовані	1000	2000	600	30	60 коп.
Всього	10000	20000	2400		

Приклад 3

Визначити номінальну та ринкову вартість акції, якщо відомо, що підприємство випустило акцій загальною кількістю 100000 шт.

Розмір дивідендів становить 20%.

Загальна вартість майна підприємства становить:

- вартість основних фондів – 1000000 грн.
- вартість оборотних коштів – 200000 грн.
- вартість нематеріальних активів – 50000 грн.

Дебіторська заборгованість – 40000 грн., кредиторська заборгованість – 25000 грн. Банківський відсоток становить 12%.

Розв'язування.

1. Визначити номінальну вартість акції:

$$B_n = \frac{\Phi_{cm}}{K_a},$$

де Φ_{cm} – статутний фонд (вартість майна), грн.;

K_a – загальна кількість акцій.

$$\Phi_{cm} = B_{of} + B_{ok} + B_{na} + Z_\delta - Z_k,$$

де B_{of} – вартість основних фондів

B_{ok} – вартість оборотних коштів

B_{na} – вартість нематеріальних активів

Z_δ – дебіторська заборгованість

Z_k – кредиторська заборгованість

$$\Phi_{cm} = 1000000 + 200000 + 50000 + 40000 - 25000 = 1265000 \text{ грн.}$$

$$B_n = \frac{1265000}{100000} = 12,65 \text{ грн.}$$

2. Визначити ринкову вартість акцій:

$$B_p = \frac{D \cdot 100}{r} = B_n \cdot \frac{g}{r}$$

де B_p – ринкова вартість акції;

D – річна сума дивіденду на акцію;

r – процентна ставка по банківських депозитах плюс надбавка за ризик;

B_n – номінальна вартість акції;

g – ставка дивіденду в процентах.

$$B_p = 12,65 \cdot \frac{20}{12} = 21 \text{ грн.}$$

Розв'язування.

1. Визначити номінальну вартість акції:

$$B_n = \frac{\Phi_{cm}}{K_a},$$

де Φ_{cm} – статутний фонд (вартість майна), грн.;

K_a – загальна кількість акцій.

$$\Phi_{cm} = B_{of} + B_{ok} + B_{na} + Z_\delta - Z_k,$$

де B_{of} – вартість основних фондів

B_{ok} – вартість оборотних коштів

B_{na} – вартість нематеріальних активів

Z_δ – дебіторська заборгованість

Z_k – кредиторська заборгованість

$$\Phi_{cm} = 1000000 + 200000 + 50000 + 40000 - 25000 = 1265000 \text{ грн.}$$

$$B_n = \frac{1265000}{100000} = 12,65 \text{ грн.}$$

2. Визначити ринкову вартість акцій:

$$B_p = \frac{D \cdot 100}{r} = B_n \cdot \frac{g}{r}$$

де B_p – ринкова вартість акції;

D – річна сума дивіденду на акцію;

r – процентна ставка по банківських депозитах плюс надбавка за ризик;

B_n – номінальна вартість акції;

g – ставка дивіденду в процентах.

$$B_p = 12,65 \cdot \frac{20}{12} = 21 \text{ грн.}$$

Тест для перевірки рівня психологічної готовності до здійснення власного бізнесу (варіант 1)

Відповідайте «так» чи «ні».

1. Я б скоріше ризикнув розпочати власну справу, ніж працювати на когось.
2. Ніколи не піду на таку роботу, де доведеться багато їздити у від'їздення.
3. Якби я грав в азартні ігри, ніколи б не робив малих ставок.
4. Мені подобається поліпшувати своє життя завдяки новим ідеям.
5. Ніколи не кину роботу, доки не знайду іншого місця.
6. Я не схильний до ризику з метою розширення власного кола зв'язків.
7. Знаючи, що якась конкретна справа може закінчитися невдачею, я не став би вкладати в неї кошти, навіть якщо у випадку удачі виграш міг би бути великим.
8. Я бажав би випробувати в житті якомога більше.
9. Я не відчуваю в собі особливої потреби в збуджувальних подіях.
10. Я не володію великою енергією.
11. Я можу легко продукувати багато нових прибуткових ідей.
12. Я не став би битися об заклад на суму, якої в даний час не маю.
13. Мені подобається пропонувати щось нове, навіть коли реакцію керівництва на мої пропозиції не можна передбачити.
14. Я готовий брати участь лише в таких угодах, що є достатньо вигідними.
15. Менш надійна робота з більшим доходом приваблює мене більше, ніж надійніша робота із середнім доходом.
16. За характером я не дуже незалежний.

Підбійте підсумки. Зарахуйте собі по 1 очку:

- за кожну відповідь «так» на запитання 1,3,4,8,10,11,13,15;
- за кожну відповідь «ні» на запитання 2,5,6,7,9,12,14,16.

Якщо набрана Вами сума більша за 13, то психологічно Ви вже готові стати підприємцем. Залишилося перевірити свої знання.

Тест для перевірки рівня психологічної готовності до здійснення власного бізнесу (варіант 1)

Відповідайте «так» чи «ні».

1. Я б скоріше ризикнув розпочати власну справу, ніж працювати на когось.
2. Ніколи не піду на таку роботу, де доведеться багато їздити у від'їздення.
3. Якби я грав в азартні ігри, ніколи б не робив малих ставок.
4. Мені подобається поліпшувати своє життя завдяки новим ідеям.
5. Ніколи не кину роботу, доки не знайду іншого місця.
6. Я не схильний до ризику з метою розширення власного кола зв'язків.
7. Знаючи, що якась конкретна справа може закінчитися невдачею, я не став би вкладати в неї кошти, навіть якщо у випадку удачі виграш міг би бути великим.
8. Я бажав би випробувати в житті якомога більше.
9. Я не відчуваю в собі особливої потреби в збуджувальних подіях.
10. Я не володію великою енергією.
11. Я можу легко продукувати багато нових прибуткових ідей.
12. Я не став би битися об заклад на суму, якої в даний час не маю.
13. Мені подобається пропонувати щось нове, навіть коли реакцію керівництва на мої пропозиції не можна передбачити.
14. Я готовий брати участь лише в таких угодах, що є достатньо вигідними.
15. Менш надійна робота з більшим доходом приваблює мене більше, ніж надійніша робота із середнім доходом.
16. За характером я не дуже незалежний.

Підбійте підсумки. Зарахуйте собі по 1 очку:

- за кожну відповідь «так» на запитання 1,3,4,8,10,11,13,15;
- за кожну відповідь «ні» на запитання 2,5,6,7,9,12,14,16.

Якщо набрана Вами сума більша за 13, то психологічно Ви вже готові стати підприємцем. Залишилося перевірити свої знання.

Таблиця 10.1 – Тест для перевірки рівня психологічної готовності до здійснення підприємницької діяльності (варіант 2)

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
1	Чи всі виступи на конференціях зрозумілі для Вас?		
2	Чи добре Ви справлялися з письмовими завданнями у школі?		
3	Чи вірите Ви в удачу?		
4	Чи програєте Ви з легким серцем?		
5	Чи зазвичай Ви дримаєте, їдучи з роботи додому?		
6	Чи влазили Ви коли-небудь по вуха в борги?		
7	Чи вдається іншим продати Вам те, що Вам ні до чого?		
8	Чи отримували Ви поради від «обізнаних» людей протягом Вашої ділової кар'єри?		
9	Чи маєте Ви звичку накреслювати план дій, перш ніж вдатися до нової справи?		
10	Чи звичайно Ви працюєте у вихідні?		
11	Чи під силу Вам справлятися з багатьма завданнями водночас?		
12	Коли Ви розпочинаєте виконувати завдання, чи бачите, як правило, кінцевий результат?		
13	Коли у групі лише Ви маєте відмінну від інших думку, чи намагаєтесь Ви переконати інших у своїй правоті?		
14	Чи розглядаєте Ви проблеми як можливості прийняття рішення?		
15	Чи берете Ви активну добровільну участь у роботі інших організацій (громадських, професійних тощо)?		
16	Чи читаєте Ви літературу, не пов'язану зі специфікою вашої роботи?		
17	Чи намагаєтесь Ви під час спілкування з іншими пристосувати своє мовлення до лексики співрозмовника?		
18	Чи приїжджаєте Ви, як правило, до аеропортів, залізничних вокзалів, автобусних станцій заздалегідь, а не перед самим відправленням?		

Таблиця 10.1 – Тест для перевірки рівня психологічної готовності до здійснення підприємницької діяльності (варіант 2)

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
1	Чи всі виступи на конференціях зрозумілі для Вас?		
2	Чи добре Ви справлялися з письмовими завданнями у школі?		
3	Чи вірите Ви в удачу?		
4	Чи програєте Ви з легким серцем?		
5	Чи зазвичай Ви дримаєте, їдучи з роботи додому?		
6	Чи влазили Ви коли-небудь по вуха в борги?		
7	Чи вдається іншим продати Вам те, що Вам ні до чого?		
8	Чи отримували Ви поради від «обізнаних» людей протягом Вашої ділової кар'єри?		
9	Чи маєте Ви звичку накреслювати план дій, перш ніж вдатися до нової справи?		
10	Чи звичайно Ви працюєте у вихідні?		
11	Чи під силу Вам справлятися з багатьма завданнями водночас?		
12	Коли Ви розпочинаєте виконувати завдання, чи бачите, як правило, кінцевий результат?		
13	Коли у групі лише Ви маєте відмінну від інших думку, чи намагаєтесь Ви переконати інших у своїй правоті?		
14	Чи розглядаєте Ви проблеми як можливості прийняття рішення?		
15	Чи берете Ви активну добровільну участь у роботі інших організацій (громадських, професійних тощо)?		
16	Чи читаєте Ви літературу, не пов'язану зі специфікою вашої роботи?		
17	Чи намагаєтесь Ви під час спілкування з іншими пристосувати своє мовлення до лексики співрозмовника?		
18	Чи приїжджаєте Ви, як правило, до аеропортів, залізничних вокзалів, автобусних станцій заздалегідь, а не перед самим відправленням?		

Продовження табл. 10.1

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
19	Чи не байдужа Вам думка про Вас, що її мають Ваші друзі та близькі, як про успішного незалежного підприємця?		
20	Як Ви гадаєте, Ви уважний слухач?		
21	Чи здатні Ви переоцінити свій стан і швидко вдатися до конкретних дій, якщо Ваші плани різко змінюються?		
22	Чи подобається Вам займатись «не своїм ділом» на роботі?		
23	Чи уникаєте Ви приймати рішення, якщо знаєте, що наслідки можуть боляче зачепити і Вас?		
24	Чи Ви звичайно дослухаєтесь до тих, хто старший і досвідченіший за Вас?		
25	Чи проходили Ви будь-які курси протягом останніх трьох років, які б допомогли Вам у роботі?		
26	Чи читаете Ви будь-які технічні журнали, що стосуються Вашої безпосередньої роботи?		
27	Чи вірите Ви у таке: «Якщо спершу не вдалося, спробуй ще і ще раз»?		
28	Чи переживаєте Ви, залізши в борги?		
29	Чи в кінці дня у Вас звичайно лишається недокінчена робота на завтра?		
30	Чи Ви коли-небудь ділилися з іншими думкою започаткувати власний бізнес?		
31	Чи робили Ви коли-небудь щось усупереч бажанням Вашої сім'ї?		
32	Коли Ви розпочинаєте виконувати завдання, чи поринаєте Ви в роботу так, що забуваєте про все на світі?		
33	Коли до Вас звертаються по допомогу, Ви звичайно погоджуєтесь чи відмовляєтесь, посилаючись на велику зайнятість?		

Продовження табл. 10.1

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
19	Чи не байдужа Вам думка про Вас, що її мають Ваші друзі та близькі, як про успішного незалежного підприємця?		
20	Як Ви гадаєте, Ви уважний слухач?		
21	Чи здатні Ви переоцінити свій стан і швидко вдатися до конкретних дій, якщо Ваші плани різко змінюються?		
22	Чи подобається Вам займатись «не своїм ділом» на роботі?		
23	Чи уникаєте Ви приймати рішення, якщо знаєте, що наслідки можуть боляче зачепити і Вас?		
24	Чи Ви звичайно дослухаєтесь до тих, хто старший і досвідченіший за Вас?		
25	Чи проходили Ви будь-які курси протягом останніх трьох років, які б допомогли Вам у роботі?		
26	Чи читаете Ви будь-які технічні журнали, що стосуються Вашої безпосередньої роботи?		
27	Чи вірите Ви у таке: «Якщо спершу не вдалося, спробуй ще і ще раз»?		
28	Чи переживаєте Ви, залізши в борги?		
29	Чи в кінці дня у Вас звичайно лишається недокінчена робота на завтра?		
30	Чи Ви коли-небудь ділилися з іншими думкою започаткувати власний бізнес?		
31	Чи робили Ви коли-небудь щось усупереч бажанням Вашої сім'ї?		
32	Коли Ви розпочинаєте виконувати завдання, чи поринаєте Ви в роботу так, що забуваєте про все на світі?		
33	Коли до Вас звертаються по допомогу, Ви звичайно погоджуєтесь чи відмовляєтесь, посилаючись на велику зайнятість?		

Закінчення табл. 10.1

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
34	Чи розумієте Ви основні принципи бухгалтерського обліку?		
35	Чи маєте Ви близьких родичів, які мають власний бізнес?		
36	Чи вважаєте Ви, що ті люди, з якими Вам доводиться спілкуватися, здебільшого приємні?		
37	Чи змінюється у Вас настрій залежно від того, з якою особою Ви маєте справу?		
38	Чи вірите Ви в те, що час – це гроші?		
39	Чи схильні Ви рішуче підтримувати власні рішення і думки?		
40	Чи знаєте Ви, як читати фінансовий звіт?		
41	Чи звичайно приймаються Ваші пропозиції на зборах, під час обговорень тощо?		
42	Чи важливо для Вас знати, звідки «капне наступний долар»?		
43	Чи вишукуєте Ви такі ситуації, за яких матимете додаткові обов'язки?		
44	Чи добре Ви працюєте під натиском?		
45	Чи властиво Вам зважати на свого начальника і робити справу «в його манері»?		
46	Чи звичайно Ви купуєте за готівку?		
47	Коли Ви наштовхуєтесь на нову ідею, чи намагаєтесь довідатися про неї з літератури, зі спілкування з людьми?		
48	Чи працювали Ви в дитинстві як незалежний бізнесмен?		
49	Перш ніж відійти до сну, чи зазвичай Ви розплановуєте свій наступний день?		
50	Коли вас критикують, чи сприймаєте Ви це по-доброму і чи намагаєтесь змінитися?		

Закінчення табл. 10.1

№ з/п	Запитання	Відповідь	
		Так (Т)	Ні (Н)
34	Чи розумієте Ви основні принципи бухгалтерського обліку?		
35	Чи маєте Ви близьких родичів, які мають власний бізнес?		
36	Чи вважаєте Ви, що ті люди, з якими Вам доводиться спілкуватися, здебільшого приємні?		
37	Чи змінюється у Вас настрій залежно від того, з якою особою Ви маєте справу?		
38	Чи вірите Ви в те, що час – це гроші?		
39	Чи схильні Ви рішуче підтримувати власні рішення і думки?		
40	Чи знаєте Ви, як читати фінансовий звіт?		
41	Чи звичайно приймаються Ваші пропозиції на зборах, під час обговорень тощо?		
42	Чи важливо для Вас знати, звідки «капне наступний долар»?		
43	Чи вишукуєте Ви такі ситуації, за яких матимете додаткові обов'язки?		
44	Чи добре Ви працюєте під натиском?		
45	Чи властиво Вам зважати на свого начальника і робити справу «в його манері»?		
46	Чи звичайно Ви купуєте за готівку?		
47	Коли Ви наштовхуєтесь на нову ідею, чи намагаєтесь довідатися про неї з літератури, зі спілкування з людьми?		
48	Чи працювали Ви в дитинстві як незалежний бізнесмен?		
49	Перш ніж відійти до сну, чи зазвичай Ви розплановуєте свій наступний день?		
50	Коли вас критикують, чи сприймаєте Ви це по-доброму і чи намагаєтесь змінитися?		

Таблиця відповідей

Запитання	Відповідь	Категорія	Запитання	Відповідь	Категорія
1	Т	С	26	Т	М
2	Т	С	27	Т	Е
3	Н	F	28	Н	G
4	Н	Е	29	Т	А
5	Н	І	30	Т	L
6	Н	О	31	Т	G
7	Н	В	32	Т	І
8	Т	L	33	Н	Н
9	Т	А	34	Т	N
10	Т	І	35	Т	Q
11	Т	J	36	Т	B
12	Т	А	37	Н	B
13	Т	В	38	Т	O
14	Т	D	39	Т	F
15	Т	Н	40	Т	N
16	Т	М	41	Т	Н
17	Т	С	42	Н	J
18	Т	D	43	Т	Н
19	Н	F	44	Т	I
20	Т	С	45	Н	S
21	Т	K	46	Н	G
22	Т	K	47	Т	M
23	Н	K	48	Т	S
24	Т	L	49	Т	A
25	Т	M	50	Н	F

Порівняйте відповіді, які Ви позначили в анкеті, із наведеними в таблиці. Обведіть колом усі відповіді, які збігаються з Вашими, позначеними в анкеті.

Щоб підрахувати набрані Вами бали, полічіть кількість обведених (правильних) відповідей і поділіть це число на 50. Далі помножьте здобутий результат на 100. Якщо Ви дістали 60 % чи менше, Вам, можливо, варто подумати над тим, чи Ви справді здатні здійснювати підприємницьку діяльність. Чим більше набране число, тим вищі Ваші можливості здійснювати підприємництво.

Таблиця відповідей

Запитання	Відповідь	Категорія	Запитання	Відповідь	Категорія
1	Т	С	26	Т	М
2	Т	С	27	Т	Е
3	Н	F	28	Н	G
4	Н	Е	29	Т	А
5	Н	І	30	Т	L
6	Н	О	31	Т	G
7	Н	В	32	Т	І
8	Т	L	33	Н	Н
9	Т	А	34	Т	N
10	Т	І	35	Т	Q
11	Т	J	36	Т	B
12	Т	А	37	Н	B
13	Т	В	38	Т	O
14	Т	D	39	Т	F
15	Т	Н	40	Т	N
16	Т	М	41	Т	Н
17	Т	С	42	Н	J
18	Т	D	43	Т	Н
19	Н	F	44	Т	I
20	Т	С	45	Н	S
21	Т	K	46	Н	G
22	Т	K	47	Т	M
23	Н	K	48	Т	S
24	Т	L	49	Т	A
25	Т	M	50	Н	F

Порівняйте відповіді, які Ви позначили в анкеті, із наведеними в таблиці. Обведіть колом усі відповіді, які збігаються з Вашими, позначеними в анкеті.

Щоб підрахувати набрані Вами бали, полічіть кількість обведених (правильних) відповідей і поділіть це число на 50. Далі помножьте здобутий результат на 100. Якщо Ви дістали 60 % чи менше, Вам, можливо, варто подумати над тим, чи Ви справді здатні здійснювати підприємницьку діяльність. Чим більше набране число, тим вищі Ваші можливості здійснювати підприємництво.

Категорія А. Постановка мети та наполегливість: важливо, щоб власник/менеджер умів чітко поставити мету й завдання, які були б високими, багатообіцяючими і водночас реалістичними й досяжними. Паралельно з цим має існувати зобов'язання щодо довгострокових майбутніх проектів та виконання завдань, які можуть мати доволі віддалену перспективу. Вагомою запорукою успіху власника/менеджера є рішучість виконати роботу за майже будь-яку ціну. *Запитання: 9, 12, 29, 49.*

Категорія В. Уміння поводитися з людьми: успішний підприємець має вміння продавати. Це означає здатність переконувати інших робити кроки в конкретних напрямках. Цього навряд чи можна досягти, якщо певна особа перебуває в поганих стосунках з іншими. Тут важливими є такі риси, як весела вдача, бажання співпрацювати та тактовність. *Запитання: 7, 13, 36, 37.*

Категорія С. Здатність до спілкування: власник/менеджер повинен уміти спілкуватися, розуміти почуте і прочитане, а також володіти даром письмового спілкування. Здатність передавати думки іншим є життєво необхідною для кожного підприємства, однак для малого підприємства вона обов'язкова. *Запитання: 1, 2, 17, 20.*

Категорія Д. Конкуренція зі встановленими для себе стандартами: для успіху власника/менеджера вельми важливі бажання та схильність встановлювати високі, але реалістичні стандарти для самого себе, а далі конкурувати із самим собою. Доволі часто на малому підприємстві встановлювати мету та докладати зусиль до її досягнення може одна й та ж особа. Більше нема кого звинувачувати в банкрутстві малого підприємства, окрім тієї особи, що все взяла на себе. *Запитання: 14, 18.*

Категорія Е. Уроки банкрутства: якщо навіть справи на малому підприємстві спочатку йдуть добре, необхідно, аби власник/менеджер навчився ставитись до банкрутства як до способу щонайповніше усвідомити те, як запобігти повторному банкрутству. *Запитання: 4, 27.*

Категорія Ф. Впевненість у своїх силах та віра у власне призначення: власник/менеджер має непохитно вірити у свою здатність досягти цілей і вірити у власне призначення. Також дуже важливо, щоб особа вірила в те, що успіх і невдача швидше залежать від особистого контролю, а не визначені долею. *Запитання: 3, 19, 39, 50.*

Категорія Г. Вдавання до помірної ризику: кожному комерційному, і особливо малому підприємству, притаманний ризик, тому власник/менеджер повинен бути схильним вдаватися до помірної, прорахованого ризику, що дасть не гарантовану, та все ж реальну можливість досягти успіху. *Запитання: 28, 31, 46.*

Категорія Н. Ініціативність та пошук особистої відповідальності: ніхто не допоможе власникові/менеджерові прийняти важливі рі-

Категорія А. Постановка мети та наполегливість: важливо, щоб власник/менеджер умів чітко поставити мету й завдання, які були б високими, багатообіцяючими і водночас реалістичними й досяжними. Паралельно з цим має існувати зобов'язання щодо довгострокових майбутніх проектів та виконання завдань, які можуть мати доволі віддалену перспективу. Вагомою запорукою успіху власника/менеджера є рішучість виконати роботу за майже будь-яку ціну. *Запитання: 9, 12, 29, 49.*

Категорія В. Уміння поводитися з людьми: успішний підприємець має вміння продавати. Це означає здатність переконувати інших робити кроки в конкретних напрямках. Цього навряд чи можна досягти, якщо певна особа перебуває в поганих стосунках з іншими. Тут важливими є такі риси, як весела вдача, бажання співпрацювати та тактовність. *Запитання: 7, 13, 36, 37.*

Категорія С. Здатність до спілкування: власник/менеджер повинен уміти спілкуватися, розуміти почуте і прочитане, а також володіти даром письмового спілкування. Здатність передавати думки іншим є життєво необхідною для кожного підприємства, однак для малого підприємства вона обов'язкова. *Запитання: 1, 2, 17, 20.*

Категорія Д. Конкуренція зі встановленими для себе стандартами: для успіху власника/менеджера вельми важливі бажання та схильність встановлювати високі, але реалістичні стандарти для самого себе, а далі конкурувати із самим собою. Доволі часто на малому підприємстві встановлювати мету та докладати зусиль до її досягнення може одна й та ж особа. Більше нема кого звинувачувати в банкрутстві малого підприємства, окрім тієї особи, що все взяла на себе. *Запитання: 14, 18.*

Категорія Е. Уроки банкрутства: якщо навіть справи на малому підприємстві спочатку йдуть добре, необхідно, аби власник/менеджер навчився ставитись до банкрутства як до способу щонайповніше усвідомити те, як запобігти повторному банкрутству. *Запитання: 4, 27.*

Категорія Ф. Впевненість у своїх силах та віра у власне призначення: власник/менеджер має непохитно вірити у свою здатність досягти цілей і вірити у власне призначення. Також дуже важливо, щоб особа вірила в те, що успіх і невдача швидше залежать від особистого контролю, а не визначені долею. *Запитання: 3, 19, 39, 50.*

Категорія Г. Вдавання до помірної ризику: кожному комерційному, і особливо малому підприємству, притаманний ризик, тому власник/менеджер повинен бути схильним вдаватися до помірної, прорахованого ризику, що дасть не гарантовану, та все ж реальну можливість досягти успіху. *Запитання: 28, 31, 46.*

Категорія Н. Ініціативність та пошук особистої відповідальності: ніхто не допоможе власникові/менеджерові прийняти важливі рі-

шення чи визначити наступні кроки. Важливою складовою частиною успіху є заповнення вакууму керівництва, якщо такий виникає. До того ж майбутньому власникові/менеджерові мають подобатися такі ситуації, за яких можна визначити особистий вплив на проблеми. *Запитання: 15, 33, 41, 43.*

Категорія І. Рівень працездатності та енергійності: ведення власної справи – тяжка робота. Власник/менеджер повинен вміти працювати допізна і спати менш як норму. Тут надзвичайно важливо бути енергійним, наполегливим і мати добре здоров'я. *Запитання: 5, 10, 32, 44.*

Категорія J. Пристосування до невизначеності: кожне мале підприємство стикається з багатьма критичними ситуаціями, які може розв'язати тільки власник/менеджер. Він повинен бути здатним жити за середньо-високого рівня непевності щодо роботи та безпеки роду занять і вміти виконувати кілька завдань водночас. *Запитання: 11, 42.*

Категорія К. Здатність мислити: для того щоб стати успішним власником/менеджером і незалежним бізнесменом, потрібно володіти оригінальним мисленням, творчим підходом до проблем та здатністю критично аналізувати ситуації. Тут вкрай важливо вміти розв'язувати проблеми – особливо якщо це доводиться робити за скрутних обставин. *Запитання: 21, 22, 23.*

Категорія Л. Залучення персоналу зі сторони: підприємець повинен мати здатність до пошуку ідей і застосування думок інших, для того щоб у разі потреби вдатися до виправних дій і поліпшити якість ділових рішень. Така орієнтація забезпечує поповнення знань і досвіду, а також отримання допомоги для розв'язання проблем. *Запитання: 8, 24, 30.*

Категорія М. Технічні знання: небезпечно входити в комерційну діяльність, не знаючи броду. Якщо підприємцеві бракує необхідних знань, то він має здобути їх завдяки програмі самоосвіти, працюючи співробітником у подібному підприємстві, отримуючи право діяльності в певному районі, стаючи партнером чи наймаючи досвідченого працівника. Деякі з цих варіантів приховують у собі небезпеку, оскільки ставлять підприємця в залежність від прихильності інших. *Запитання: 16, 25, 26, 47.*

Категорія N. Відчуття чисел: стан підприємства оцінюється за фінансовими звітами. Не обов'язково бути знавцем цих звітів, але «цифри» не повинні лякати майбутнього бізнесмена. Рано чи пізно доведеться приймати важливі рішення, спираючись на «числа». Чим краще підприємець здатний зрозуміти цифрові показники, тим ефективнішими будуть його рішення. *Запитання: 34, 40.*

Категорія O. Відчуття грошей: підприємець має усвідомлювати, що гроші є важливим фактором у веденні справи. Незмінна повага до грошей і вміння користуватися ними є важливими аспектами успіху незалежного бізнесмена. *Запитання: 6, 38.*

шення чи визначити наступні кроки. Важливою складовою частиною успіху є заповнення вакууму керівництва, якщо такий виникає. До того ж майбутньому власникові/менеджерові мають подобатися такі ситуації, за яких можна визначити особистий вплив на проблеми. *Запитання: 15, 33, 41, 43.*

Категорія І. Рівень працездатності та енергійності: ведення власної справи – тяжка робота. Власник/менеджер повинен вміти працювати допізна і спати менш як норму. Тут надзвичайно важливо бути енергійним, наполегливим і мати добре здоров'я. *Запитання: 5, 10, 32, 44.*

Категорія J. Пристосування до невизначеності: кожне мале підприємство стикається з багатьма критичними ситуаціями, які може розв'язати тільки власник/менеджер. Він повинен бути здатним жити за середньо-високого рівня непевності щодо роботи та безпеки роду занять і вміти виконувати кілька завдань водночас. *Запитання: 11, 42.*

Категорія К. Здатність мислити: для того щоб стати успішним власником/менеджером і незалежним бізнесменом, потрібно володіти оригінальним мисленням, творчим підходом до проблем та здатністю критично аналізувати ситуації. Тут вкрай важливо вміти розв'язувати проблеми – особливо якщо це доводиться робити за скрутних обставин. *Запитання: 21, 22, 23.*

Категорія Л. Залучення персоналу зі сторони: підприємець повинен мати здатність до пошуку ідей і застосування думок інших, для того щоб у разі потреби вдатися до виправних дій і поліпшити якість ділових рішень. Така орієнтація забезпечує поповнення знань і досвіду, а також отримання допомоги для розв'язання проблем. *Запитання: 8, 24, 30.*

Категорія М. Технічні знання: небезпечно входити в комерційну діяльність, не знаючи броду. Якщо підприємцеві бракує необхідних знань, то він має здобути їх завдяки програмі самоосвіти, працюючи співробітником у подібному підприємстві, отримуючи право діяльності в певному районі, стаючи партнером чи наймаючи досвідченого працівника. Деякі з цих варіантів приховують у собі небезпеку, оскільки ставлять підприємця в залежність від прихильності інших. *Запитання: 16, 25, 26, 47.*

Категорія N. Відчуття чисел: стан підприємства оцінюється за фінансовими звітами. Не обов'язково бути знавцем цих звітів, але «цифри» не повинні лякати майбутнього бізнесмена. Рано чи пізно доведеться приймати важливі рішення, спираючись на «числа». Чим краще підприємець здатний зрозуміти цифрові показники, тим ефективнішими будуть його рішення. *Запитання: 34, 40.*

Категорія O. Відчуття грошей: підприємець має усвідомлювати, що гроші є важливим фактором у веденні справи. Незмінна повага до грошей і вміння користуватися ними є важливими аспектами успіху незалежного бізнесмена. *Запитання: 6, 38.*

Категорія Q. Родинні зв'язки: успішний підприємець часто має родинні зв'язки, що вказують на підприємницьку жилку з боку батька, матері чи близьких родичів. **Запитання: 35.**

Категорія S. Послужний список: люди, що справді хочуть відкрити своє підприємство, мають спочатку попрацювати на інших. Їм здається, що більшість начальників не такі розумні, як вони, а робота дуже швидко перетворюється на «нудьгу зелену». Комерційна діяльність і стаж роботи в дитинстві допомагають виробити в людей дух самостійної зайнятості.

Тест для оцінки лідерських рис

На запропоновані запитання дайте чіткі відповіді («так» або «ні»).

1. Чи вмієте Ви відмовляти іншим у їхніх проханнях?
2. Чи уникаєте Ви суперечок, навіть якщо переконані у своїй правоті?
3. Чи легко Ви дотримуетесь установлених правил та вимог?
4. Чи часто Ви просите вибачення?
5. Ви більше не одягаєте одяг, над яким хтось пожартував?
6. Чи намагаєтесь модно одягатись?
7. Чи будете Ви носити незручний одяг, який Вам дуже личить?
8. Чи доводилось Вам коли-небудь погрожувати водіям чи пішоходам?
9. Чи нетерплячі Ви до людей, які не розуміють, що від них вимагається?
10. Чи вживаєте Ви ненормативну лексику?
11. Чи демонструєте Ви перевагу над іншими людьми?
12. Чи дратують Вас думки, які висловлюють по телевізору?
13. Чи можете Ви чесно сказати іншій людині, що вона неякісно виконує свою роботу?
14. Ви завжди говорите те, що думаєте, не зважаючи на наслідки?
15. Чи вважаєте Ви себе нетерплячим?
16. Чи дратуєтесь Ви, якщо не перемогли в суперечці?
17. Чи приймають за Вас важливі рішення інші?
18. Ви витрачаєте гроші лише на себе та свої задоволення?
19. Чи одягаєтесь Ви так, щоб привернути увагу?
20. Чи нормально почуваєте Ви себе у натовпі?

Кожна позитивна відповідь приносить 1 бал. Однак з 9 по 18 та 20 запитання оцінюються навпаки: «ні» – 1 бал, «так» –).

Результати:

14–20 балів: Ви не лідер. Ви не любите самостійно приймати рішення, а навпаки – віддаєте перевагу тому, щоб за Вас це робили інші. У важких ситуаціях Ви схильні виконувати чужі вказівки.

7–13 балів: У Вас непостійний характер, однак Ви здатні керувати та організовувати. Вам подобається давати поради іншим, але не вистачає певної агресивності та рішучості, які перетворюють людину в лідера.

6 балів та менше: Ви вроджений лідер. Маєте владний характер і не сприймаєте чужих вказівок та наказів. Якщо Ви не реалізуєте себе, то можете стати бунтарем чи «тираном».

Категорія Q. Родинні зв'язки: успішний підприємець часто має родинні зв'язки, що вказують на підприємницьку жилку з боку батька, матері чи близьких родичів. **Запитання: 35.**

Категорія S. Послужний список: люди, що справді хочуть відкрити своє підприємство, мають спочатку попрацювати на інших. Їм здається, що більшість начальників не такі розумні, як вони, а робота дуже швидко перетворюється на «нудьгу зелену». Комерційна діяльність і стаж роботи в дитинстві допомагають виробити в людей дух самостійної зайнятості.

Тест для оцінки лідерських рис

На запропоновані запитання дайте чіткі відповіді («так» або «ні»).

1. Чи вмієте Ви відмовляти іншим у їхніх проханнях?
2. Чи уникаєте Ви суперечок, навіть якщо переконані у своїй правоті?
3. Чи легко Ви дотримуетесь установлених правил та вимог?
4. Чи часто Ви просите вибачення?
5. Ви більше не одягаєте одяг, над яким хтось пожартував?
6. Чи намагаєтесь модно одягатись?
7. Чи будете Ви носити незручний одяг, який Вам дуже личить?
8. Чи доводилось Вам коли-небудь погрожувати водіям чи пішоходам?
9. Чи нетерплячі Ви до людей, які не розуміють, що від них вимагається?
10. Чи вживаєте Ви ненормативну лексику?
11. Чи демонструєте Ви перевагу над іншими людьми?
12. Чи дратують Вас думки, які висловлюють по телевізору?
13. Чи можете Ви чесно сказати іншій людині, що вона неякісно виконує свою роботу?
14. Ви завжди говорите те, що думаєте, не зважаючи на наслідки?
15. Чи вважаєте Ви себе нетерплячим?
16. Чи дратуєтесь Ви, якщо не перемогли в суперечці?
17. Чи приймають за Вас важливі рішення інші?
18. Ви витрачаєте гроші лише на себе та свої задоволення?
19. Чи одягаєтесь Ви так, щоб привернути увагу?
20. Чи нормально почуваєте Ви себе у натовпі?

Кожна позитивна відповідь приносить 1 бал. Однак з 9 по 18 та 20 запитання оцінюються навпаки: «ні» – 1 бал, «так» –).

Результати:

14–20 балів: Ви не лідер. Ви не любите самостійно приймати рішення, а навпаки – віддаєте перевагу тому, щоб за Вас це робили інші. У важких ситуаціях Ви схильні виконувати чужі вказівки.

7–13 балів: У Вас непостійний характер, однак Ви здатні керувати та організовувати. Вам подобається давати поради іншим, але не вистачає певної агресивності та рішучості, які перетворюють людину в лідера.

6 балів та менше: Ви вроджений лідер. Маєте владний характер і не сприймаєте чужих вказівок та наказів. Якщо Ви не реалізуєте себе, то можете стати бунтарем чи «тираном».

Тест для перевірки поведінки у конфліктних ситуаціях

Наведені нижче твердження необхідно розцінювати як коротку характеристику різноманітних стратегій, які люди використовують при розв'язанні конфліктів. Внесіть позначки про погодження з твердженнями в запропоновану таблицю, потім підрахуйте, скільки тверджень, з якими Ви погоджуєтесь, припадає на кожний тип конфліктної стратегії та визначте за максимальною кількістю позначок, яка із них є для Вас пріоритетною.

Якщо у мене виникає конфлікт з іншою людиною, то я	Типи конфліктних стратегій	Позначка про погодження з твердженням
1. Піду геть	«Черепаха»	
2. Образливо висловлююсь	«Акула»	
3. Вдаряю чи штовхаю людину	«Акула»	
4. Надаю можливість вирішувати проблему комусь іншому	«Лисиця»	
5. Твердо стою на своєму	«Акула»	
6. Роблю спробу зрозуміти точку зору цієї людини	«Сова»	
7. Уникаю цієї людини	«Черепаха»	
8. Намагаюсь не вразити почуттів цієї людини	«Ведмежатко»	
9. Сперечаюсь з цією людиною	«Лисиця»	
10. Йду на компроміс з цією людиною	«Сова»	
11. Йду мовчки, образившись	«Черепаха»	
12. Не надаю значення конфлікту	«Ведмежатко»	
13. Обговорюю проблему з іншою сторонньою людиною	«Ведмежатко»	
14. Намагаюсь знайти рішення	«Сова»	
15. Поступаюсь цієї людині	«Черепаха»	
16. Інколи я жертвую своїми цілями заради гармонії у стосунках		
17. Намагаюсь розв'язувати конфлікт, базуючись на засадах співробітництва	«Сова»	
18. Я поступаюсь, якщо у мене важливі стосунки з цією людиною	«Ведмежатко»	
19. Накидаюсь на цю людину з кулаками	«Акула»	

Тест для перевірки поведінки у конфліктних ситуаціях

Наведені нижче твердження необхідно розцінювати як коротку характеристику різноманітних стратегій, які люди використовують при розв'язанні конфліктів. Внесіть позначки про погодження з твердженнями в запропоновану таблицю, потім підрахуйте, скільки тверджень, з якими Ви погоджуєтесь, припадає на кожний тип конфліктної стратегії та визначте за максимальною кількістю позначок, яка із них є для Вас пріоритетною.

Якщо у мене виникає конфлікт з іншою людиною, то я	Типи конфліктних стратегій	Позначка про погодження з твердженням
1. Піду геть	«Черепаха»	
2. Образливо висловлююсь	«Акула»	
3. Вдаряю чи штовхаю людину	«Акула»	
4. Надаю можливість вирішувати проблему комусь іншому	«Лисиця»	
5. Твердо стою на своєму	«Акула»	
6. Роблю спробу зрозуміти точку зору цієї людини	«Сова»	
7. Уникаю цієї людини	«Черепаха»	
8. Намагаюсь не вразити почуттів цієї людини	«Ведмежатко»	
9. Сперечаюсь з цією людиною	«Лисиця»	
10. Йду на компроміс з цією людиною	«Сова»	
11. Йду мовчки, образившись	«Черепаха»	
12. Не надаю значення конфлікту	«Ведмежатко»	
13. Обговорюю проблему з іншою сторонньою людиною	«Ведмежатко»	
14. Намагаюсь знайти рішення	«Сова»	
15. Поступаюсь цієї людині	«Черепаха»	
16. Інколи я жертвую своїми цілями заради гармонії у стосунках		
17. Намагаюсь розв'язувати конфлікт, базуючись на засадах співробітництва	«Сова»	
18. Я поступаюсь, якщо у мене важливі стосунки з цією людиною	«Ведмежатко»	
19. Накидаюсь на цю людину з кулаками	«Акула»	

Тип «Черепашка»: стратегія ухилення від вирішення конфлікту (так зване «ховання під панцирем»), внаслідок чого конфлікт може набувати затяжного характеру.

Тип «Акула»: силова стратегія, орієнтація на результат, тобто на вирішення конфлікту на свою користь, незважаючи на засоби, що застосовуються.

Тип «Ведмежатко»: стратегія згладжування гострих кутів, орієнтація на підтримку гарних стосунків із сторонами, нерідко відмова від власних переконань.

Тип «Лисиця»: стратегія гнучкості та пристосування для отримання найкращих результатів для себе.

Тип «Сова»: мудре, конструктивне вирішення конфлікту, засноване на співробітництві, намаганні знайти рішення, що задовольняє усіх учасників.

Тип «Черепашка»: стратегія ухилення від вирішення конфлікту (так зване «ховання під панцирем»), внаслідок чого конфлікт може набувати затяжного характеру.

Тип «Акула»: силова стратегія, орієнтація на результат, тобто на вирішення конфлікту на свою користь, незважаючи на засоби, що застосовуються.

Тип «Ведмежатко»: стратегія згладжування гострих кутів, орієнтація на підтримку гарних стосунків із сторонами, нерідко відмова від власних переконань.

Тип «Лисиця»: стратегія гнучкості та пристосування для отримання найкращих результатів для себе.

Тип «Сова»: мудре, конструктивне вирішення конфлікту, засноване на співробітництві, намаганні знайти рішення, що задовольняє усіх учасників.

ЗАВДАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТІВ

11.1 Вказівки до написання реферату

Студент повинен виконувати реферат на основі ретельного вивчення й узагальнення теоретичних положень, а також передового досвіду господарювання, висвітленого в літературних джерелах. Обов'язковим є використання статистичних даних, наведених у науковій літературі, періодичній пресі та статистичних щорічних виданнях.

Реферат має складатись з таких розділів.

Вступ (1 стор.) – обґрунтування актуальності теми, визначення кола завдань дослідження.

Основна частина (10-15 стор.) – виклад теоретичних і методологічних питань, що стосуються теми реферату, та їхня практична значущість. Розділ рекомендується складати з 3-4 параграфів. Він має включати лише ті питання, які безпосередньо стосуються теми і дають змогу повно розкрити її.

Заключна частина (висновки) (1-2 стор.) – викладення основних результатів дослідження та напрямків розв'язування виявлених проблем.

Література (8-10 джерел). Список використаних літературних джерел оформлюється відповідно до вимог стандартів.

Перелік тем рефератів формує викладач з урахуванням актуальних проблем та особливостей діяльності підприємця, а також можливих напрямків розвитку різних видів та організаційно-правових форм підприємництва в Україні та за кордоном. Студент може запропонувати свою тему реферату.

Після отримання теми реферату студент повинен розробити його план. План слід розробляти після ознайомлення з літературними джерелами, які висвітлюють ті чи інші питання і проблеми з теми дослідження. Це дасть змогу студенту детальніше уявити собі структуру роботи, послідовно викласти її зміст, повніше висвітлити коло питань, які мають бути вирішені.

Зібраний, вивчений та опрацьований матеріал з теми реферату слід узгодити з планом і, якщо в цьому є потреба, уточнити останній.

ЗАВДАННЯ ДО САМОСТІЙНОЇ
РОБОТИ СТУДЕНТІВ

11.1 Вказівки до написання реферату

Студент повинен виконувати реферат на основі ретельного вивчення й узагальнення теоретичних положень, а також передового досвіду господарювання, висвітленого в літературних джерелах. Обов'язковим є використання статистичних даних, наведених у науковій літературі, періодичній пресі та статистичних щорічних виданнях.

Реферат має складатись з таких розділів.

Вступ (1 стор.) – обґрунтування актуальності теми, визначення кола завдань дослідження.

Основна частина (10-15 стор.) – виклад теоретичних і методологічних питань, що стосуються теми реферату, та їхня практична значущість. Розділ рекомендується складати з 3-4 параграфів. Він має включати лише ті питання, які безпосередньо стосуються теми і дають змогу повно розкрити її.

Заключна частина (висновки) (1-2 стор.) – викладення основних результатів дослідження та напрямків розв'язування виявлених проблем.

Література (8-10 джерел). Список використаних літературних джерел оформлюється відповідно до вимог стандартів.

Перелік тем рефератів формує викладач з урахуванням актуальних проблем та особливостей діяльності підприємця, а також можливих напрямків розвитку різних видів та організаційно-правових форм підприємництва в Україні та за кордоном. Студент може запропонувати свою тему реферату.

Після отримання теми реферату студент повинен розробити його план. План слід розробляти після ознайомлення з літературними джерелами, які висвітлюють ті чи інші питання і проблеми з теми дослідження. Це дасть змогу студенту детальніше уявити собі структуру роботи, послідовно викласти її зміст, повніше висвітлити коло питань, які мають бути вирішені.

Зібраний, вивчений та опрацьований матеріал з теми реферату слід узгодити з планом і, якщо в цьому є потреба, уточнити останній.

Навчальну та спеціальну літературу з теми реферату студент добирає самостійно, використовуючи для цього алфавітний, предметний та систематизований каталоги, ресурси мережі Інтернет. Консультацію з питань добору літератури студент може отримати у викладачів та у працівників бібліотеки. Обов'язково слід вивчити та використати нормативні акти (закони, декрети, постанови тощо), наукові статті, що стосуються обраної теми. Ці матеріали мають бути проаналізовані, узагальнені і лише потім використані у тексті реферату.

Статистичний матеріал також необхідно ретельно опрацювати, згрупувати, звести у таблиці, зробити порівняльний аналіз. Подати ці матеріали необхідно також у вигляді діаграм, графіків, схем та ін., на які мають бути посилання у тексті.

При викладенні матеріалу необхідно обґрунтувати актуальність обраної теми, розкрити теоретичну сутність питань, що розглядаються в рефераті, зробити аналіз фактичного матеріалу, обґрунтувати шляхи вирішення наявних проблем. Таблиці та діаграми мають супроводжуватися висновками, які випливають з аналізу наведених у них даних.

Зміст реферату має викладатися у логічній послідовності, у ньому не може бути повторень, надмірного цитування. При використанні цифрових даних, схем, наведенні цитат мають бути посилання на джерела. У такому разі після посилання на схему, таблицю, в кінці цитати у фігурних дужках зазначається порядковий номер джерела відповідно до загального списку використаних джерел, а після коми – сторінка, на якій розміщено текст цитати. Отже, посилання на джерело матиме такий вигляд: [5, с. 17].

Характеризуючи цифровий матеріал, студент в залежності від обраної теми має визначити тенденції розвитку різних організаційно-правових форм або видів підприємництва, дати оцінку результатів діяльності, вказати причини зміни показників, спрогнозувати характер подальшого розвитку, навести приклади з практики підприємницької діяльності.

У готовому (чистовому) тексті не дозволяється робити виправлення, закреслення, вставки, а також скорочувати слова та використовувати аббревіатури (крім загальноприйнятих).

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Поняття підприємницького успіху. Показники підприємницького успіху.
2. Методи оцінки вартості активів підприємства.
3. Переваги і недоліки створення нового підприємства.
4. Переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу.
5. Історія виникнення франчайзинга.
6. Розвиток франчайзинга на сучасному етапі.

Навчальну та спеціальну літературу з теми реферату студент добирає самостійно, використовуючи для цього алфавітний, предметний та систематизований каталоги, ресурси мережі Інтернет. Консультацію з питань добору літератури студент може отримати у викладачів та у працівників бібліотеки. Обов'язково слід вивчити та використати нормативні акти (закони, декрети, постанови тощо), наукові статті, що стосуються обраної теми. Ці матеріали мають бути проаналізовані, узагальнені і лише потім використані у тексті реферату.

Статистичний матеріал також необхідно ретельно опрацювати, згрупувати, звести у таблиці, зробити порівняльний аналіз. Подати ці матеріали необхідно також у вигляді діаграм, графіків, схем та ін., на які мають бути посилання у тексті.

При викладенні матеріалу необхідно обґрунтувати актуальність обраної теми, розкрити теоретичну сутність питань, що розглядаються в рефераті, зробити аналіз фактичного матеріалу, обґрунтувати шляхи вирішення наявних проблем. Таблиці та діаграми мають супроводжуватися висновками, які випливають з аналізу наведених у них даних.

Зміст реферату має викладатися у логічній послідовності, у ньому не може бути повторень, надмірного цитування. При використанні цифрових даних, схем, наведенні цитат мають бути посилання на джерела. У такому разі після посилання на схему, таблицю, в кінці цитати у фігурних дужках зазначається порядковий номер джерела відповідно до загального списку використаних джерел, а після коми – сторінка, на якій розміщено текст цитати. Отже, посилання на джерело матиме такий вигляд: [5, с. 17].

Характеризуючи цифровий матеріал, студент в залежності від обраної теми має визначити тенденції розвитку різних організаційно-правових форм або видів підприємництва, дати оцінку результатів діяльності, вказати причини зміни показників, спрогнозувати характер подальшого розвитку, навести приклади з практики підприємницької діяльності.

У готовому (чистовому) тексті не дозволяється робити виправлення, закреслення, вставки, а також скорочувати слова та використовувати аббревіатури (крім загальноприйнятих).

Теми рефератів для самостійної роботи

1. Поняття підприємницького успіху. Показники підприємницького успіху.
2. Методи оцінки вартості активів підприємства.
3. Переваги і недоліки створення нового підприємства.
4. Переваги та недоліки придбання існуючого бізнесу.
5. Історія виникнення франчайзинга.
6. Розвиток франчайзинга на сучасному етапі.

7. Франчайзинг як метод ведення бізнесу.
8. Розвиток франчайзинга в Україні.
9. Конкурентна поведінка підприємств.
10. Індивідуальне підприємництво.
11. Особливості створення та функціонування акціонерного товариства.
12. Види господарських товариств.
13. Управління акціонерним товариством.
14. Порядок реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.
15. Порядок припинення та закриття підприємницької діяльності.
16. Ліцензування бізнесу.
17. Патентування бізнесу.
18. Фактори, які обумовлюють вибір конкретної організаційно правової форми бізнесу.
19. Спрощена форма оподаткування та звітності малого бізнесу.
20. Формування сприятливого середовища для розвитку підприємницької діяльності.
21. Фактори формування мікросередовища бізнесу.
22. Важливі інститути фондового ринку.
23. Характеристика правового середовища підприємництва.
24. Необхідність та сутність державної підтримки підприємництва.
25. Основні напрямки державної підтримки підприємництва.
26. Формування і розвиток інфраструктури підтримки підприємництва.
27. Правове забезпечення розвитку бізнесу.
28. Зарубіжний досвід підтримки малого бізнесу.
29. Напрямки підтримки малого бізнесу в сфері науково-виробничої та інноваційної діяльності.
30. Чинники, що приводять до банкрутства. Методи профілактики банкрутств.
31. Диверсифікація в розвитку і виживанні підприємств.
32. Система забезпечення економічної безпеки бізнесу.
33. Економічна безпека як складова сучасного бізнесу.
34. Етика підприємництва
35. Основні види договорів і угод. Договір на постачання продукції (послуг).
36. Статутний фонд як джерело формування власних засобів підприємця.
37. Основні способи фінансування бізнесу. Оцінка основних джерел первинного фінансування бізнесу.
38. Кредитово-банківська система, її структура і функції.
39. Суть і значення комерційних банків в розвитку підприємництва.
40. Сутність та види лізинг. Основні положення лізингового контракту.

7. Франчайзинг як метод ведення бізнесу.
8. Розвиток франчайзинга в Україні.
9. Конкурентна поведінка підприємств.
10. Індивідуальне підприємництво.
11. Особливості створення та функціонування акціонерного товариства.
12. Види господарських товариств.
13. Управління акціонерним товариством.
14. Порядок реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності.
15. Порядок припинення та закриття підприємницької діяльності.
16. Ліцензування бізнесу.
17. Патентування бізнесу.
18. Фактори, які обумовлюють вибір конкретної організаційно правової форми бізнесу.
19. Спрощена форма оподаткування та звітності малого бізнесу.
20. Формування сприятливого середовища для розвитку підприємницької діяльності.
21. Фактори формування мікросередовища бізнесу.
22. Важливі інститути фондового ринку.
23. Характеристика правового середовища підприємництва.
24. Необхідність та сутність державної підтримки підприємництва.
25. Основні напрямки державної підтримки підприємництва.
26. Формування і розвиток інфраструктури підтримки підприємництва.
27. Правове забезпечення розвитку бізнесу.
28. Зарубіжний досвід підтримки малого бізнесу.
29. Напрямки підтримки малого бізнесу в сфері науково-виробничої та інноваційної діяльності.
30. Чинники, що приводять до банкрутства. Методи профілактики банкрутств.
31. Диверсифікація в розвитку і виживанні підприємств.
32. Система забезпечення економічної безпеки бізнесу.
33. Економічна безпека як складова сучасного бізнесу.
34. Етика підприємництва
35. Основні види договорів і угод. Договір на постачання продукції (послуг).
36. Статутний фонд як джерело формування власних засобів підприємця.
37. Основні способи фінансування бізнесу. Оцінка основних джерел первинного фінансування бізнесу.
38. Кредитово-банківська система, її структура і функції.
39. Суть і значення комерційних банків в розвитку підприємництва.
40. Сутність та види лізинг. Основні положення лізингового контракту.

41. Суть і значення страхових компаній.
42. Форми і види кредитного забезпечення. Способи зменшення кредитних ризиків.
43. Цінні папери: суть, види, цикл життя.
44. Ринок цінних паперів.
45. Особливості формування середовища підприємництва.
46. Державна підтримка бізнесу в різних країнах.
47. Проблеми інвестування бізнесу в Україні.
48. Активізація підприємницької діяльності в Україні.
49. Державне економічне регулювання діяльності суб'єктів господарювання.
50. Проблеми та перспективи державної підтримки підприємництва в Україні.
51. Основні проблеми правового забезпечення розвитку підприємництва в Україні.
52. Формування та оцінка початкового підприємницького капіталу.
53. Економічні ризики підприємництва.
54. Показники ефективності розвитку фірми в умовах ринку.
55. Вітчизняний та закордонний досвід реструктуризації різних суб'єктів господарювання.
56. Технологія здійснення та ефективність реструктуризації суб'єктів господарювання.
57. Система захисту прав виробника та споживача в Україні та за кордоном.
58. Сучасні форми самоорганізації суб'єктів підприємницької діяльності.
59. Роль та значення посередницького підприємництва.
60. Тенденції та перспективи розвитку фондового ринку України та закордонних країн.
61. Посередники та їх участь в біржовій діяльності.
62. Тенденції та особливості розвитку операцій біржової діяльності.
63. Класифікація та особливості діяльності бірж.
64. Організація консалтингової діяльності.
65. Психологія бізнесу в закордонних країнах.
66. Соціально-психологічний портрет вітчизняного підприємця.
67. Етика конкурентної боротьби.
68. Етика спілкування (телефонні розмови та листування).
69. Етикет привітання та представлення.
70. Етикет ведення переговорів. Етика реклами
71. Зв'язки з громадськістю в сфері бізнесу.
72. Економічна стратегія розвитку фірми.
73. Тенденції та особливості розвитку форм підприємницької діяльності в Україні.

41. Суть і значення страхових компаній.
42. Форми і види кредитного забезпечення. Способи зменшення кредитних ризиків.
43. Цінні папери: суть, види, цикл життя.
44. Ринок цінних паперів.
45. Особливості формування середовища підприємництва.
46. Державна підтримка бізнесу в різних країнах.
47. Проблеми інвестування бізнесу в Україні.
48. Активізація підприємницької діяльності в Україні.
49. Державне економічне регулювання діяльності суб'єктів господарювання.
50. Проблеми та перспективи державної підтримки підприємництва в Україні.
51. Основні проблеми правового забезпечення розвитку підприємництва в Україні.
52. Формування та оцінка початкового підприємницького капіталу.
53. Економічні ризики підприємництва.
54. Показники ефективності розвитку фірми в умовах ринку.
55. Вітчизняний та закордонний досвід реструктуризації різних суб'єктів господарювання.
56. Технологія здійснення та ефективність реструктуризації суб'єктів господарювання.
57. Система захисту прав виробника та споживача в Україні та за кордоном.
58. Сучасні форми самоорганізації суб'єктів підприємницької діяльності.
59. Роль та значення посередницького підприємництва.
60. Тенденції та перспективи розвитку фондового ринку України та закордонних країн.
61. Посередники та їх участь в біржовій діяльності.
62. Тенденції та особливості розвитку операцій біржової діяльності.
63. Класифікація та особливості діяльності бірж.
64. Організація консалтингової діяльності.
65. Психологія бізнесу в закордонних країнах.
66. Соціально-психологічний портрет вітчизняного підприємця.
67. Етика конкурентної боротьби.
68. Етика спілкування (телефонні розмови та листування).
69. Етикет привітання та представлення.
70. Етикет ведення переговорів. Етика реклами
71. Зв'язки з громадськістю в сфері бізнесу.
72. Економічна стратегія розвитку фірми.
73. Тенденції та особливості розвитку форм підприємницької діяльності в Україні.

74. Формування дивідендної політики на різних стадіях розвитку фірми.

75. Тенденції та особливості розвитку акціонерних товариств в Україні.

76. Ефективна дивідендна політика акціонерного товариства (принципи, методи та практика використання).

77. Проблеми та перспективи розвитку приватного підприємництва в Україні.

78. Проблеми становлення та розвитку малого підприємництва у вашому регіоні.

79. Особливості та тенденції розвитку інформативного підприємництва.

80. Особливості міжнародного бізнесу.

81. Інноваційне підприємництво.

82. Державні і змішані підприємства за кордоном та в Україні.

83. Тенденції та особливості розвитку малого бізнесу в Україні та за кордоном.

84. Проблеми та перспективи розвитку венчурних фірм в Україні.

85. Проблеми та перспективи розвитку спільного підприємництва в Україні.

86. Особливості створення та розвитку холдингових компаній в Україні та за кордоном.

11.2 Вказівки до виконання індивідуального завдання «Створення власної справи»

Виконання індивідуального завдання передбачає моделювання ситуації, за якою студент виступає в ролі засновника підприємства. Завдання потребує виконання всіх необхідних етапів створення власної справи, визначення необхідної величини та шляхів формування початкового капіталу.

Виконання індивідуального завдання передбачає таку послідовність робіт:

1. Вибір виду підприємництва (виробниче, комерційне, фінансове), сфери (галузі) діяльності (харчова, взуттєва промисловість, будівництво, торгівля, банківська, страхова діяльність та ін.), способу заснування та місця розташування підприємства.

2. Вибір організаційно-правової форми підприємництва(приватне підприємство, повне або командитне товариство, товариство з обмеженою або з додатковою відповідальністю, відкрите або закрите акціонерне товариство) та різновидів (спільне, орендне, франчайзингове та ін.).

3. Розробка найменування та товарного знаку підприємства.

4. Заповнення відповідної форми реєстраційної картки

74. Формування дивідендної політики на різних стадіях розвитку фірми.

75. Тенденції та особливості розвитку акціонерних товариств в Україні.

76. Ефективна дивідендна політика акціонерного товариства (принципи, методи та практика використання).

77. Проблеми та перспективи розвитку приватного підприємництва в Україні.

78. Проблеми становлення та розвитку малого підприємництва у вашому регіоні.

79. Особливості та тенденції розвитку інформативного підприємництва.

80. Особливості міжнародного бізнесу.

81. Інноваційне підприємництво.

82. Державні і змішані підприємства за кордоном та в Україні.

83. Тенденції та особливості розвитку малого бізнесу в Україні та за кордоном.

84. Проблеми та перспективи розвитку венчурних фірм в Україні.

85. Проблеми та перспективи розвитку спільного підприємництва в Україні.

86. Особливості створення та розвитку холдингових компаній в Україні та за кордоном.

11.2 Вказівки до виконання індивідуального завдання «Створення власної справи»

Виконання індивідуального завдання передбачає моделювання ситуації, за якою студент виступає в ролі засновника підприємства. Завдання потребує виконання всіх необхідних етапів створення власної справи, визначення необхідної величини та шляхів формування початкового капіталу.

Виконання індивідуального завдання передбачає таку послідовність робіт:

1. Вибір виду підприємництва (виробниче, комерційне, фінансове), сфери (галузі) діяльності (харчова, взуттєва промисловість, будівництво, торгівля, банківська, страхова діяльність та ін.), способу заснування та місця розташування підприємства.

2. Вибір організаційно-правової форми підприємництва(приватне підприємство, повне або командитне товариство, товариство з обмеженою або з додатковою відповідальністю, відкрите або закрите акціонерне товариство) та різновидів (спільне, орендне, франчайзингове та ін.).

3. Розробка найменування та товарного знаку підприємства.

4. Заповнення відповідної форми реєстраційної картки

5. Визначення величини початкового капіталу.
6. Визначення структури управління підприємством.
7. Розробка засновницьких (установчих) документів. Для товариства з повною, обмеженою або додатковою відповідальністю визначити кількість власників та порядок розподілу прибутку, для акціонерного товариства визначити вартість акції, види та кількість акцій, скласти план розміщення акцій, для орендного підприємства визначити розмір орендної плати та скласти орендний договір. Типові форми засновницьких документів наведені в додатку В.

8. Характеристика позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства різних елементів зовнішнього підприємницького середовища.

Відправною точкою, з якої починається власна справа, є ідея, покладена в її основу. Підприємницька ідея нерозривно пов'язана зі сферою її реалізації.

Наступним кроком є визначення організаційно-правової форми майбутнього бізнесу. Для прийняття обґрунтованого рішення щодо організаційної форми необхідно з'ясувати переваги та недоліки кожної з передбачених чинним законодавством організаційних форм підприємницької діяльності в Україні: індивідуальне підприємництво фізичних осіб, приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, акціонерне товариство публічного або приватного типу. До того ж, прийняття рішення щодо вибору організаційно-правової форми підприємства залежить від особистих якостей та уподобань засновника (засновників). У разі заснування малого підприємства необхідно враховувати специфічні фактори, які впливають на його функціонування.

Найменування підприємства повинно містити зазначення виду підприємства (приватне, товариство, акціонерне товариство, державне), для повних і командитних товариств – прізвища (найменування) учасників та інші необхідні відомості (наприклад, завод, фабрика, майстерня та ін.). При створенні назви підприємства необхідно враховувати правила її розробки. Фірмовий (товарний) знак розробляється як оригінальна позначка (назва, рисунок або їх сполучення).

Величину початкового (первісного) підприємницького капіталу K_n можна обчислити за формулою:

$$K_n = T_e + K_o + M_{oe} + B_{in},$$

де T_e – технічні елементи;

K_o – оборотні кошти у грошовій формі;

M_{oe} – матеріальні оборотні елементи;

B_{in} – інтелектуальна власність (нематеріальні активи).

5. Визначення величини початкового капіталу.
6. Визначення структури управління підприємством.
7. Розробка засновницьких (установчих) документів. Для товариства з повною, обмеженою або додатковою відповідальністю визначити кількість власників та порядок розподілу прибутку, для акціонерного товариства визначити вартість акції, види та кількість акцій, скласти план розміщення акцій, для орендного підприємства визначити розмір орендної плати та скласти орендний договір. Типові форми засновницьких документів наведені в додатку В.

8. Характеристика позитивного чи негативного впливу на діяльність підприємства різних елементів зовнішнього підприємницького середовища.

Відправною точкою, з якої починається власна справа, є ідея, покладена в її основу. Підприємницька ідея нерозривно пов'язана зі сферою її реалізації.

Наступним кроком є визначення організаційно-правової форми майбутнього бізнесу. Для прийняття обґрунтованого рішення щодо організаційної форми необхідно з'ясувати переваги та недоліки кожної з передбачених чинним законодавством організаційних форм підприємницької діяльності в Україні: індивідуальне підприємництво фізичних осіб, приватне підприємство, товариство з обмеженою відповідальністю, товариство з додатковою відповідальністю, повне товариство, командитне товариство, акціонерне товариство публічного або приватного типу. До того ж, прийняття рішення щодо вибору організаційно-правової форми підприємства залежить від особистих якостей та уподобань засновника (засновників). У разі заснування малого підприємства необхідно враховувати специфічні фактори, які впливають на його функціонування.

Найменування підприємства повинно містити зазначення виду підприємства (приватне, товариство, акціонерне товариство, державне), для повних і командитних товариств – прізвища (найменування) учасників та інші необхідні відомості (наприклад, завод, фабрика, майстерня та ін.). При створенні назви підприємства необхідно враховувати правила її розробки. Фірмовий (товарний) знак розробляється як оригінальна позначка (назва, рисунок або їх сполучення).

Величину початкового (первісного) підприємницького капіталу K_n можна обчислити за формулою:

$$K_n = T_e + K_o + M_{oe} + B_{in},$$

де T_e – технічні елементи;

K_o – оборотні кошти у грошовій формі;

M_{oe} – матеріальні оборотні елементи;

B_{in} – інтелектуальна власність (нематеріальні активи).

До складу основного капіталу входять усі технічні засоби виробництва. Оборотний капітал – це передусім матеріалізовані оборотні елементи виробництва (сировина, матеріали тощо), грошові оборотні кошти.

Розрахунки потреби у підприємницькому капіталі слід представити у вигляді таблиці, приклад наведений у табл. 11.1.

За такою схемою визначається попередня величина необхідних фінансових коштів. Відштовхуючись від неї, підприємець має скласти конкретний план інвестицій, у всі заходи, які необхідно здійснити для реалізації проекту і започаткування виробництва нового товару. Такі економічні розрахунки здійснюються у процесі розробки відповідного розділу бізнес-плану.

При визначенні складових підприємницького капіталу слід враховувати особливості конкретного виду діяльності.

Таблиця 11.1 – Розрахунок необхідної величини підприємницького капіталу промислового підприємства

Елементи (складові) капіталу	Сума, тис. грн.
Основний капітал	
1. Будівлі (адміністративні, виробничі, складські)	600
2. Обладнання офісу	200
3. Устаткування виробничих цехів	500
4. Прилади та інструменти	240
5. Автомобільний транспорт	300
А. Підсумок по основному капіталу	1840
Оборотний капітал	
6. Сировина	200
7. Залишки готової продукції на складі	150
8. Заборгованість покупців	50
9. Касовий залишок готівки	10
10. Кошти на рахунку в банку	500
Б. Підсумок по оборотному капіталу	910
Придбання нематеріальних активів	80
Загальна потреба у капіталі (А+Б)	2830

В таблицях 11.2 та 11.3 наведені приклади визначення величини початкового капіталу у сфері послуг.

До складу основного капіталу входять усі технічні засоби виробництва. Оборотний капітал – це передусім матеріалізовані оборотні елементи виробництва (сировина, матеріали тощо), грошові оборотні кошти.

Розрахунки потреби у підприємницькому капіталі слід представити у вигляді таблиці, приклад наведений у табл. 11.1.

За такою схемою визначається попередня величина необхідних фінансових коштів. Відштовхуючись від неї, підприємець має скласти конкретний план інвестицій, у всі заходи, які необхідно здійснити для реалізації проекту і започаткування виробництва нового товару. Такі економічні розрахунки здійснюються у процесі розробки відповідного розділу бізнес-плану.

При визначенні складових підприємницького капіталу слід враховувати особливості конкретного виду діяльності.

Таблиця 11.1 – Розрахунок необхідної величини підприємницького капіталу промислового підприємства

Елементи (складові) капіталу	Сума, тис. грн.
Основний капітал	
1. Будівлі (адміністративні, виробничі, складські)	600
2. Обладнання офісу	200
3. Устаткування виробничих цехів	500
4. Прилади та інструменти	240
5. Автомобільний транспорт	300
А. Підсумок по основному капіталу	1840
Оборотний капітал	
6. Сировина	200
7. Залишки готової продукції на складі	150
8. Заборгованість покупців	50
9. Касовий залишок готівки	10
10. Кошти на рахунку в банку	500
Б. Підсумок по оборотному капіталу	910
Придбання нематеріальних активів	80
Загальна потреба у капіталі (А+Б)	2830

В таблицях 11.2 та 11.3 наведені приклади визначення величини початкового капіталу у сфері послуг.

Таблиця 11.2 – Приклад визначення величини початкового капіталу для сауни

Елементи (складові) капіталу	Сума, грн.
Основний капітал	
1. Купівля приміщення	62000
2. Піч-кам'янка електрична	8000
3. Двері для парної	1600
4. Вагонка для сауни	14000
5. Басейн	40000
6. Душова кабіна	2000
7. Диван	7000
8. Шафи	3000
9. Стіл	1500
10. Стільці	1000
11. Телевізор	5000
12. Фен	800
А. Підсумок по основному капіталу	145900
Оборотний капітал	
1. Віники, відро, шапки, ковдри, рушники, термометри	5000
Б. Підсумок по оборотному капіталу	5000
Загальна потреба у капіталі (А+Б)	150900

Таблиця 11.3 – Приклад визначення величини початкового капіталу для перукарні

Елементи (складові) капіталу	Сума, грн.
Основний капітал	
1. Купівля приміщення	80000
2. Крісла (4 шт.)	1500
3. Тумбочки (4 шт.)	1000
4. Стільці (6 шт.)	1200
5. Столи (2 шт.)	600
6. Дзеркала (4 шт.)	2800
7. Солярій	10000
8. Фени (2 шт.)	2000
9. Інше обладнання	11000
А. Підсумок по основному капіталу	110100

Таблиця 11.2 – Приклад визначення величини початкового капіталу для сауни

Елементи (складові) капіталу	Сума, грн.
Основний капітал	
1. Купівля приміщення	62000
2. Піч-кам'янка електрична	8000
3. Двері для парної	1600
4. Вагонка для сауни	14000
5. Басейн	40000
6. Душова кабіна	2000
7. Диван	7000
8. Шафи	3000
9. Стіл	1500
10. Стільці	1000
11. Телевізор	5000
12. Фен	800
А. Підсумок по основному капіталу	145900
Оборотний капітал	
1. Віники, відро, шапки, ковдри, рушники, термометри	5000
Б. Підсумок по оборотному капіталу	5000
Загальна потреба у капіталі (А+Б)	150900

Таблиця 11.3 – Приклад визначення величини початкового капіталу для перукарні

Елементи (складові) капіталу	Сума, грн.
Основний капітал	
1. Купівля приміщення	80000
2. Крісла (4 шт.)	1500
3. Тумбочки (4 шт.)	1000
4. Стільці (6 шт.)	1200
5. Столи (2 шт.)	600
6. Дзеркала (4 шт.)	2800
7. Солярій	10000
8. Фени (2 шт.)	2000
9. Інше обладнання	11000
А. Підсумок по основному капіталу	110100

Закінчення табл. 11.3

Елементи (складові) капіталу	Сума, грн.
Оборотний капітал	
І. Фарби, шампуні, бальзами, лосьйони, лаки, рушники і т. п.	8000
Б. Підсумок по оборотному капіталу	8000
Загальна потреба у капіталі (А+Б)	118100

Розв'язуючи проблему вибору найбільш прийняттого способу формування окремих складових первісного капіталу, аналізуються всі можливі варіанти.

1. Необхідні приміщення (виробниче, для офісу тощо) можна не купувати, а взяти в оренду. Оскільки орендна плата буде включатись у вартість товарної продукції фірми, то передбачати відповідні капіталовкладення не потрібно. Отже, за такої можливості підприємець може зменшити потребу в стартовому капіталі.

2. Можна придбати не нове, а вживане (таке, що було в користуванні) устаткування або придбати його на засадах лізингу. Цим самим можна також помітно скоротити потрібну величину стартового підприємницького капіталу.

3. За необхідності придбання нового устаткування потрібно ґрунтовно вивчити можливі пропозиції ринку, продажні ціни на устаткування і вибрати найбільш вигідні.

4. Величина необхідних запасів матеріальних ресурсів, готової продукції та певної суми грошових коштів визначає суму оборотного капіталу. При визначенні суми грошових коштів треба враховувати проміжок часу між започаткуванням виробництва і надходженням перших доходів, оскільки в межах цього терміну потрібно виплачувати заробітну плату. Відповідно до тривалості такого періоду необхідно коригувати й обсяг фінансових коштів за іншими статтями передбачуваних витрат.

Підприємець приймає рішення щодо вибору найбільш прийняттого джерела формування підприємницького капіталу: власні кошти, внески партнерів, кредити банків.

Під час формування стартового підприємницького капіталу не тільки враховується його вартість, а й прогнозується економічна вигода від його інвестування в бізнес. Для цього з визначається очікуваний рівень прибутковості підприємницького проекту та строк окупності капіталу.

Закінчення табл. 11.3

Елементи (складові) капіталу	Сума, грн.
Оборотний капітал	
І. Фарби, шампуні, бальзами, лосьйони, лаки, рушники і т. п.	8000
Б. Підсумок по оборотному капіталу	8000
Загальна потреба у капіталі (А+Б)	118100

Розв'язуючи проблему вибору найбільш прийняттого способу формування окремих складових первісного капіталу, аналізуються всі можливі варіанти.

1. Необхідні приміщення (виробниче, для офісу тощо) можна не купувати, а взяти в оренду. Оскільки орендна плата буде включатись у вартість товарної продукції фірми, то передбачати відповідні капіталовкладення не потрібно. Отже, за такої можливості підприємець може зменшити потребу в стартовому капіталі.

2. Можна придбати не нове, а вживане (таке, що було в користуванні) устаткування або придбати його на засадах лізингу. Цим самим можна також помітно скоротити потрібну величину стартового підприємницького капіталу.

3. За необхідності придбання нового устаткування потрібно ґрунтовно вивчити можливі пропозиції ринку, продажні ціни на устаткування і вибрати найбільш вигідні.

4. Величина необхідних запасів матеріальних ресурсів, готової продукції та певної суми грошових коштів визначає суму оборотного капіталу. При визначенні суми грошових коштів треба враховувати проміжок часу між започаткуванням виробництва і надходженням перших доходів, оскільки в межах цього терміну потрібно виплачувати заробітну плату. Відповідно до тривалості такого періоду необхідно коригувати й обсяг фінансових коштів за іншими статтями передбачуваних витрат.

Підприємець приймає рішення щодо вибору найбільш прийняттого джерела формування підприємницького капіталу: власні кошти, внески партнерів, кредити банків.

Під час формування стартового підприємницького капіталу не тільки враховується його вартість, а й прогнозується економічна вигода від його інвестування в бізнес. Для цього з визначається очікуваний рівень прибутковості підприємницького проекту та строк окупності капіталу.

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV: Редакція від 19.01.2012. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>
2. Державна програма приватизації на 2010-2014 роки. – Режим доступу: <http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/discussion/ovv/projec>
3. Законодавча база України про підприємництво. Офіційний сайт Держкомпідприємництва. – <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish>.
4. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2005, ДК 009:2010. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>
5. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>
6. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/annot>
7. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>
8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
9. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 № 514-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
10. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом: Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>
11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження принципу державної реєстрації юридичних осіб на підставі модельного статуту: Закон України від 21.04.2011 № 3262-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3262-17>
12. Про внесення змін до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» щодо провадження господарської діяльності на підставі подання декларації: Закон України від 07.07.2010 № 2451-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2451-17>
13. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності: Закон України від 04.11.2011р. № 4014-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4014-vi>
14. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 № 1576-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436-IV: Редакція від 19.01.2012. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws>
2. Державна програма приватизації на 2010-2014 роки. – Режим доступу: <http://civic.kmu.gov.ua/civic/control/uk/discussion/ovv/projec>
3. Законодавча база України про підприємництво. Офіційний сайт Держкомпідприємництва. – <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish>.
4. Класифікатор видів економічної діяльності (КВЕД) ДК 009:2005, ДК 009:2010. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>
5. Класифікатор організаційно-правових форм господарювання ДК 002:2004. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua>
6. Конституція України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/annot>
7. Концепція національної стратегії соціальної відповідальності бізнесу в Україні. – Режим доступу: <http://csr-ukraine.org>
8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
9. Про акціонерні товариства: Закон України від 17.09.2008 № 514-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/514-17>
10. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом: Закон України від 14.05.1992 № 2343-XII. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>
11. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо запровадження принципу державної реєстрації юридичних осіб на підставі модельного статуту: Закон України від 21.04.2011 № 3262-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3262-17>
12. Про внесення змін до Закону України «Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності» щодо провадження господарської діяльності на підставі подання декларації: Закон України від 07.07.2010 № 2451-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2451-17>
13. Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності: Закон України від 04.11.2011р. № 4014-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4014-vi>
14. Про господарські товариства: Закон України від 19.09.1991 № 1576-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>

15. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2404-17>

16. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/755-15>

17. Про Державну службу України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва: Указ Президента України від 19.12.2011 № 1168/2011. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/14309.html>

18. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності: Закон України від 06.09.2005 № 2806-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>

19. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11.09.2003 № 1160-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>

20. Про затвердження Вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу: Наказ Держкомпідприємництва від 09.06.2004 N 65. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0792-04>

21. Про затвердження Методики оцінки вартості об'єктів оренди: Постанова КМУ від 10.08.1995 № 629. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/629-95>

22. Про затвердження Методики оцінки майна: Постанова КМУ від 10.12.2003 № 1891. – Режим доступу: : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1891-2003>

23. Про затвердження Національного стандарту N 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав: Постанова КМУ від 10 вересня 2003 р. N 1440. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003>

24. Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності: Постанова КМУ від 04.07.2001 № 756. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/756-2001>

25. Про затвердження переліку органів ліцензування: Постанова КМУ від 14.11.2000 № 1698. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1698-2000-%D0%BF>

26. Про затвердження Правил роздрібно́ї торгівлі непродовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки від 19.04.2007 N 104. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>

27. Про затвердження Правил роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки від 11.07.2003 N 185. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>

28. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова КМУ від 02.02.2011 № 389. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=389-2011>

29. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

30. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

15. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01.07.2010 № 2404-VI. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2404-17>

16. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців: Закон України від 15.05.2003 № 755-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/755-15>

17. Про Державну службу України з питань регуляторної політики та розвитку підприємництва: Указ Президента України від 19.12.2011 № 1168/2011. – Режим доступу: <http://www.president.gov.ua/documents/14309.html>

18. Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності: Закон України від 06.09.2005 № 2806-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2806-15>

19. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності: Закон України від 11.09.2003 № 1160-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1160-15>

20. Про затвердження Вимог щодо написання найменування юридичної особи або її відокремленого підрозділу: Наказ Держкомпідприємництва від 09.06.2004 N 65. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=z0792-04>

21. Про затвердження Методики оцінки вартості об'єктів оренди: Постанова КМУ від 10.08.1995 № 629. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/629-95>

22. Про затвердження Методики оцінки майна: Постанова КМУ від 10.12.2003 № 1891. – Режим доступу: : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1891-2003>

23. Про затвердження Національного стандарту N 1 «Загальні засади оцінки майна і майнових прав: Постанова КМУ від 10 вересня 2003 р. N 1440. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1440-2003>

24. Про затвердження переліку документів, які додаються до заяви про видачу ліцензії для окремого виду господарської діяльності: Постанова КМУ від 04.07.2001 № 756. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/756-2001>

25. Про затвердження переліку органів ліцензування: Постанова КМУ від 14.11.2000 № 1698. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1698-2000-%D0%BF>

26. Про затвердження Правил роздрібно́ї торгівлі непродовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки від 19.04.2007 N 104. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z1257-07>

27. Про затвердження Правил роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами: Наказ Міністерства економіки від 11.07.2003 N 185. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0628-03>

28. Про затвердження Програми розвитку інвестиційної та інноваційної діяльності в Україні: Постанова КМУ від 02.02.2011 № 389. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=389-2011>

29. Про захист прав споживачів: Закон України від 12.05.1991 № 1023-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>

30. Про зовнішньоекономічну діяльність: Закон України від 16.04.1991 № 959-XII. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

31. Про концесії: Закон України від 16.07.1999 № 997-XIV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>

32. Про кооперацію: Закон України від 10.07.2003 № 1087-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>

33. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 01.06.2000 № 1775-III. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>

34. Про Методику розрахунку орендної плати за державне майно та пропозиції її розподілу: Постанова КМУ від 04.10.1995 № 786. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/786-95>

35. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12.07.2001 № 2658-III. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2658-14>

36. Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності: Закон України від 19.05.2011 № 3392-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3392-17>

37. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України: Прийнятий ВР України 12.01.2012. Пропозиції Президента України до проекту закону України 31.01.2012. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF73M001.html

38. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь//Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. – Київ. – 2009. – 180 с.

39. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь//Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. – Київ. – 2010. – 240 с.

40. Про транспорт: Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/232/94>

41. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 № 973-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/973-iv>

42. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>

43. Програма економічних реформ України на 2010-2014 рр.- Режим доступу: president.gov.ua

44. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

45. Акіліна О.В., Пасічник В.Г. Основи підприємництва. – К.: ЦНЛ, 2006. – 176 с.

46. Алолій В. В., Олексин І.І., Шуговська Н. О., Футало Т. В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В. В. Алолія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.

47. Асаул А.Н, Войнаренко М.П. Організація підприємницької діяльності: Уч. пос. – СПб.-Хм., 2001. – 392 с.

48. Афанасьев И. Деловой этикет. – К.: Альтер-прес, 2001.

49. Беліков О. Венчурне фінансування. – Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3644>

31. Про концесії: Закон України від 16.07.1999 № 997-XIV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/997-14>

32. Про кооперацію: Закон України від 10.07.2003 № 1087-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1087-15>

33. Про ліцензування певних видів господарської діяльності: Закон України від 01.06.2000 № 1775-III. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/1775-14>

34. Про Методику розрахунку орендної плати за державне майно та пропозиції її розподілу: Постанова КМУ від 04.10.1995 № 786. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/786-95>

35. Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні: Закон України від 12.07.2001 № 2658-III. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2658-14>

36. Про Перелік документів дозвільного характеру у сфері господарської діяльності: Закон України від 19.05.2011 № 3392-VI. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3392-17>

37. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України: Прийнятий ВР України 12.01.2012. Пропозиції Президента України до проекту закону України 31.01.2012. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JF73M001.html

38. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь//Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. – Київ. – 2009. – 180 с.

39. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні: національна доповідь//Державний комітет України з питань регуляторної політики та підприємництва. – Київ. – 2010. – 240 с.

40. Про транспорт: Закон України від 10.11.1994 № 232/94-ВР. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/232/94>

41. Про фермерське господарство: Закон України від 19.06.2003 № 973-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/973-iv>

42. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України від 23.02.2006 № 3480-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>

43. Програма економічних реформ України на 2010-2014 рр.- Режим доступу: president.gov.ua

44. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

45. Акіліна О.В., Пасічник В.Г. Основи підприємництва. – К.: ЦНЛ, 2006. – 176 с.

46. Алолій В. В., Олексин І.І., Шуговська Н. О., Футало Т. В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В. В. Алолія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.

47. Асаул А.Н, Войнаренко М.П. Організація підприємницької діяльності: Уч. пос. – СПб.-Хм., 2001. – 392 с.

48. Афанасьев И. Деловой этикет. – К.: Альтер-прес, 2001.

49. Беліков О. Венчурне фінансування. – Режим доступу: <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3644>

50. Бизнес под каблуком. Материали заочного круглого стола, проведенного журналом «Инициативы XXI века». – Режим доступу: <http://www.executive.ru/career/adviser/1564467>

51. Бобров В.Я. Основы рыночной экономики и предпринимательства. Київ: Вища школа, 2003, 719 с.

52. Бусыгин А. В. Предпринимательство: основной курс: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 608 с.

53. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2001. – 277 с.

54. Варналій З.С. Основы предпринимательства, навчальний посібник; Київ: Знання-Прес, 2006. – 329с.

55. Верба В.А., Решетняк Т.І. Організація консалтингової діяльності. – К.: КНЕУ, 2000. – 244с.

56. Виноградська А. М. Основы предпринимательства: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 544с.

57. Вплив громадських об'єднань підприємців на становлення і розвиток малого і середнього бізнесу в Україні: регіональний аспект. – Режим доступу: www.academia.org.ua/?p=254

58. Выбор вида (организационно-правовой формы) предприятия. – Режим доступу: http://www.prostopravo.com.ua/layout/set/print/prava_biznesa/sozdanie_biznesa/stati

59. Гасвська Л.М. Підприємницька діяльність та її оподаткування: Навчальний посібник.-Ірпінь: Академія ДПС України, 2003.- 218с.

60. Гайдучкий П. Развитие предпринимательства в Украине. – К.: Знання-Прес, 2003. – 248 с.

61. Гербер М. Мастерство предпринимательства. 7 стратегических направлений развития своего бизнеса/М.Гербер.–М.:Диалектика.–2008.–448с.

62. Герчикова И Л. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики. – М., 2002.

63. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е-комерція): Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 302 с.

64. Державна підтримка українського експорту – Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/>

65. Державна служба статистики України. Експрес-випуск.6. Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) на 1 липня 2011 року. – Режим доступу: kiev.trade.gov.pl/pl

66. Державна служба статистики України. Експрес-випуск.№ 190. Діяльність підприємств сфери послуг у I півріччі 2011 року. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

67. Десять типичных ошибок при открытии нового бизнеса.- Режим доступу:<http://bizcentr.com/10-business-mistakes.html>

68. Довідник приватного підприємця / За ред. В.Д. Кольги. – К.: Літера, 2001. – 224 с.

69. Договори у підприємницькій діяльності. – Харків: Фактор, 2001. – 212 с.

70. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основы предпринимательства. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – 320 с.

50. Бизнес под каблуком. Материали заочного круглого стола, проведенного журналом «Инициативы XXI века». – Режим доступу: <http://www.executive.ru/career/adviser/1564467>

51. Бобров В.Я. Основы рыночной экономики и предпринимательства. Київ: Вища школа, 2003, 719 с.

52. Бусыгин А. В. Предпринимательство: основной курс: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1998. – 608 с.

53. Варналій З. С. Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій. – К.: Знання, 2001. – 277 с.

54. Варналій З.С. Основы предпринимательства, навчальний посібник; Київ: Знання-Прес, 2006. – 329с.

55. Верба В.А., Решетняк Т.І. Організація консалтингової діяльності. – К.: КНЕУ, 2000. – 244с.

56. Виноградська А. М. Основы предпринимательства: Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 544с.

57. Вплив громадських об'єднань підприємців на становлення і розвиток малого і середнього бізнесу в Україні: регіональний аспект. – Режим доступу: www.academia.org.ua/?p=254

58. Выбор вида (организационно-правовой формы) предприятия. – Режим доступу: http://www.prostopravo.com.ua/layout/set/print/prava_biznesa/sozdanie_biznesa/stati

59. Гасвська Л.М. Підприємницька діяльність та її оподаткування: Навчальний посібник.-Ірпінь: Академія ДПС України, 2003.- 218с.

60. Гайдучкий П. Развитие предпринимательства в Украине. – К.: Знання-Прес, 2003. – 248 с.

61. Гербер М. Мастерство предпринимательства. 7 стратегических направлений развития своего бизнеса/М.Гербер.–М.:Диалектика.–2008.–448с.

62. Герчикова И Л. Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики. – М., 2002.

63. Грехов А.М. Електронний бізнес (Е-комерція): Навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 302 с.

64. Державна підтримка українського експорту – Режим доступу: <http://ukrexport.gov.ua/ukr/prom/>

65. Державна служба статистики України. Експрес-випуск.6. Показники Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) на 1 липня 2011 року. – Режим доступу: kiev.trade.gov.pl/pl

66. Державна служба статистики України. Експрес-випуск.№ 190. Діяльність підприємств сфери послуг у I півріччі 2011 року. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

67. Десять типичных ошибок при открытии нового бизнеса.- Режим доступу:<http://bizcentr.com/10-business-mistakes.html>

68. Довідник приватного підприємця / За ред. В.Д. Кольги. – К.: Літера, 2001. – 224 с.

69. Договори у підприємницькій діяльності. – Харків: Фактор, 2001. – 212 с.

70. Донець Л.І., Романенко Н.Г. Основы предпринимательства. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – 320 с.

71. Дучинська Н. Дослідження економічної природи венчурного капіталу // Підприємництво, господарство і право. – 2006. – № 12. – ст. 179–182.

72. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посібник. / Й. М. Петрович та ін. – К.: Т-во «Знання», 2002. – 405 с.

73. Економіка підприємства. Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Київ: КНЕУ, 2001. – 528с.

74. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [відп. ред. С. В. Мочерний]. – Київ-Тернопіль, 2000.

75. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования / Учебное пособие. – М.: Изд-во «Финпресс», 1998.

76. Забелин П.В., Нестеров П.В., Федцов В.Г. Предпринимательский менеджмент: Учебно-практическое пособие. – М.: ПРИОР, 1999. – 224 с.

77. Завадський Й.С. Менеджмент: Підручник. – Т. 1. – 2-ге вид. – М.: УФІМБ, 1999. – 542 с.

78. Зубенко Л.Г. Культура ділового спілкування. – К.: Наукова думка, 2002. – 325 с.

79. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво в Україні: Проблем становлення та розвитку / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2005. – 262 с.

80. Инновационный процесс в странах развитого капитализма (методы, формы, механизмы) / Под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: изд-во МГУ, 1991.

81. Іванюта С.М. Підприємництво і бізнес культура. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2007. – 288 с.

82. Інфраструктура підтримки підприємництва. Аналітичний Центр Академія. – Режим доступу: www.academia.org.ua/?p=274

83. Как подобрать название для фирмы?- Режим доступу: privatbank.ua/info

84. Кемпбел К. Венчурный бизнес: новые подходы / К Кемпбел.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 428 с.

85. Коллинз Дж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет: Пер. с англ. – М., 2001.

86. Колот В.М. Підприємництво: Навчально-метод. посіб. для сам. вивч. дисц./ В.М.Колот, О.В.Щербіна. – К.: КНЕУ, 2003. – 160 с.

87. Конфліктологія. Ємельяненко Л.М., Петюх В.М. та ін. – К.: КНЕУ, 2003. – 315 с.

88. Коростелев В.А. Роль консалтинга в управлінні бізнесом: Учебное пособие. – К: МАУП, 2004. – 252 с.

89. Кратко И.Г. Международное предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 272 с.

90. Крупка Ю. М. Аграрне право України. Навчальний посібник / К.: Університет «Україна», 2006. – 160 с.

91. Кубрак О.В. Етика ділового та повсягденного спілкування: Навч. посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 208 с.

92. Кузьмін В.В. Фінансові основи підприємництва. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – 192 с.

93. Кучеренко В. Р., Доброва Н. В., Квач Я. П., Осіпова М. М. Основи бізнесу. Практичний курс (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань): Навч. посіб. / За ред. В. Р. Кучеренка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 176 с.

71. Дучинська Н. Дослідження економічної природи венчурного капіталу // Підприємництво, господарство і право. – 2006. – № 12. – ст. 179–182.

72. Економіка виробничого підприємництва: Навч. посібник. / Й. М. Петрович та ін. – К.: Т-во «Знання», 2002. – 405 с.

73. Економіка підприємства. Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропивного. – Київ: КНЕУ, 2001. – 528с.

74. Економічна енциклопедія: у трьох томах / [відп. ред. С. В. Мочерний]. – Київ-Тернопіль, 2000.

75. Ефремов В. С. Стратегия бизнеса. Концепции и методы планирования / Учебное пособие. – М.: Изд-во «Финпресс», 1998.

76. Забелин П.В., Нестеров П.В., Федцов В.Г. Предпринимательский менеджмент: Учебно-практическое пособие. – М.: ПРИОР, 1999. – 224 с.

77. Завадський Й.С. Менеджмент: Підручник. – Т. 1. – 2-ге вид. – М.: УФІМБ, 1999. – 542 с.

78. Зубенко Л.Г. Культура ділового спілкування. – К.: Наукова думка, 2002. – 325 с.

79. Зянько В.В. Інноваційне підприємництво в Україні: Проблем становлення та розвитку / В.В. Зянько. – Вінниця: УНІВЕРСУМ, 2005. – 262 с.

80. Инновационный процесс в странах развитого капитализма (методы, формы, механизмы) / Под ред. И.Е. Рудаковой. – М.: изд-во МГУ, 1991.

81. Іванюта С.М. Підприємництво і бізнес культура. Навчальний посібник. – К.: ЦУЛ, 2007. – 288 с.

82. Інфраструктура підтримки підприємництва. Аналітичний Центр Академія. – Режим доступу: www.academia.org.ua/?p=274

83. Как подобрать название для фирмы?- Режим доступу: privatbank.ua/info

84. Кемпбел К. Венчурный бизнес: новые подходы / К Кемпбел.– М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. – 428 с.

85. Коллинз Дж. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет: Пер. с англ. – М., 2001.

86. Колот В.М. Підприємництво: Навчально-метод. посіб. для сам. вивч. дисц./ В.М.Колот, О.В.Щербіна. – К.: КНЕУ, 2003. – 160 с.

87. Конфліктологія. Ємельяненко Л.М., Петюх В.М. та ін. – К.: КНЕУ, 2003. – 315 с.

88. Коростелев В.А. Роль консалтинга в управлінні бізнесом: Учебное пособие. – К: МАУП, 2004. – 252 с.

89. Кратко И.Г. Международное предпринимательство. – М.: ИНФРА-М, 2001. – 272 с.

90. Крупка Ю. М. Аграрне право України. Навчальний посібник / К.: Університет «Україна», 2006. – 160 с.

91. Кубрак О.В. Етика ділового та повсягденного спілкування: Навч. посібник. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2002. – 208 с.

92. Кузьмін В.В. Фінансові основи підприємництва. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – 192 с.

93. Кучеренко В. Р., Доброва Н. В., Квач Я. П., Осіпова М. М. Основи бізнесу. Практичний курс (збірник вправ, задач, тестів та ситуаційних завдань): Навч. посіб. / За ред. В. Р. Кучеренка. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 176 с.

94. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навч. посіб. – К.: 2006. – 423 с.

95. Лапуста М. Г., Скамай Л. Г. «Основы предпринимательства: учебное пособие для ВУЗов» М.:ЗАО «Финстатинформ, 1999.

96. Логотип – лицо компании.. – Режим доступу: <http://www.livemaster.ru/topic>

97. Лялин В.А., Воробьев П.В. Ценные бумаги и фондовая биржа. – М.: Финлин, 2000. – 248 с.

98. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Реструктуризация предприятий и компаний. – М.: Высшая школа, 2000. – 587 с.

99. Макроекономічні умови зростання ролі підприємництва. – Режим доступу: agroua.net/economics/document

100. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: Навч. посібник / Л.І. Воротіна, В.Є. Воротін, Л.А. Мартинюк, Т.В. Черняк / За ред. Проф. Л.І. Воротіної. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2002. – 307 с.

101. Медынский В.Г., Скамай Л.Г. Инновационное предпринимательство. – Мн.: МИУ, 2002.

102. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.

103. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України: аналіт. доп. / Д.С. Покришка, Я.А. Жаліло, Д.В. Ляпін, Я.В. Белінська [та ін.]. – К.: НІСД, 2010. – 72 с.

104. Можливості використання українськими венчурними фондами досвіду діяльності зарубіжних фондів. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. – Режим доступу: uaib.com.ua/files/articles/204/11_4.pdf

105. Монахов Г.А. Мелочи создают совершенство. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж. – К.: «Альтепрес», 2001. – 474 с.

106. Мороз О.М., Невмержицька В.І. Основи підприємництва: Підручник, К.: 2005.

107. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 280 с.

108. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Предпринимательство: Учебник. – С-Пб.: Лань, 2001. – 696 с.

109. Мухоморова М. МАЙ НЕЙМ ИЗ... – Режим доступу: socmart.com.ua

110. Нейминг. Стаття. – Режим доступу: <http://reklama.rin.ru>

111. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємництва: Короткий курс лекцій. – К.: МАУП, 2000. – 128 с.

112. Організація частого підприємства в Україні. – Режим доступу: <http://bizkurs.com.ua>

113. Основи бізнесу: Навчальний посібник / Я.С. Ларина, С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2009. – 383 с.

114. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту. Навчальний посібник / К.: «Кондор», 2006. – 664 с.

115. Офіційний веб – сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/uk/publish>

116. Офіційний веб – сайт Державного агентства України з управління державними корпоративними правами та майном. – Режим доступу: <http://ppa.gov.ua/>

94. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Маркітан О.С. Бізнес-планування фірми: Навч. посіб. – К.: 2006. – 423 с.

95. Лапуста М. Г., Скамай Л. Г. «Основы предпринимательства: учебное пособие для ВУЗов» М.:ЗАО «Финстатинформ, 1999.

96. Логотип – лицо компании.. – Режим доступу: <http://www.livemaster.ru/topic>

97. Лялин В.А., Воробьев П.В. Ценные бумаги и фондовая биржа. – М.: Финлин, 2000. – 248 с.

98. Мазур И.И., Шапиро В.Д. и др. Реструктуризация предприятий и компаний. – М.: Высшая школа, 2000. – 587 с.

99. Макроекономічні умови зростання ролі підприємництва. – Режим доступу: agroua.net/economics/document

100. Малий бізнес та підприємництво в ринкових умовах господарювання: Навч. посібник / Л.І. Воротіна, В.Є. Воротін, Л.А. Мартинюк, Т.В. Черняк / За ред. Проф. Л.І. Воротіної. – К.: Вид-во Європ. Ун-ту, 2002. – 307 с.

101. Медынский В.Г., Скамай Л.Г. Инновационное предпринимательство. – Мн.: МИУ, 2002.

102. Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 2000. – 704 с.

103. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України: аналіт. доп. / Д.С. Покришка, Я.А. Жаліло, Д.В. Ляпін, Я.В. Белінська [та ін.]. – К.: НІСД, 2010. – 72 с.

104. Можливості використання українськими венчурними фондами досвіду діяльності зарубіжних фондів. Українська асоціація інвестиційного бізнесу. – Режим доступу: uaib.com.ua/files/articles/204/11_4.pdf

105. Монахов Г.А. Мелочи создают совершенство. Деловой и светский этикет. Благоприятный персональный имидж. – К.: «Альтепрес», 2001. – 474 с.

106. Мороз О.М., Невмержицька В.І. Основи підприємництва: Підручник, К.: 2005.

107. Мочерний С.В., Устенко О.А., Чеботар С.І. Основи підприємницької діяльності: Посібник. – К.: Видавничий центр «Академія», 2005. – 280 с.

108. Муравьев А.И., Игнатьев А.М., Крутик А.Б. Предпринимательство: Учебник. – С-Пб.: Лань, 2001. – 696 с.

109. Мухоморова М. МАЙ НЕЙМ ИЗ... – Режим доступу: socmart.com.ua

110. Нейминг. Стаття. – Режим доступу: <http://reklama.rin.ru>

111. Оберемчук В.Ф. Стратегія підприємництва: Короткий курс лекцій. – К.: МАУП, 2000. – 128 с.

112. Організація частого підприємства в Україні. – Режим доступу: <http://bizkurs.com.ua>

113. Основи бізнесу: Навчальний посібник / Я.С. Ларина, С.В. Мочерний та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2009. – 383 с.

114. Осовська Г.В., Осовський О.А. Основи менеджменту. Навчальний посібник / К.: «Кондор», 2006. – 664 с.

115. Офіційний веб – сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/control/uk/publish>

116. Офіційний веб – сайт Державного агентства України з управління державними корпоративними правами та майном. – Режим доступу: <http://ppa.gov.ua/>

117. Офіційний веб – сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

118. Офіційний веб – сайт Держкомпідприємництва. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish>.

119. Офіційний веб – сайт Фонду державного майна України. – Режим доступу: http://www.spfu.gov.ua/ukr/reg_view.php

120. Оценка затрат на открытие дела. – Режим доступу: http://bishelp.ru/svoe_delo/zatrat/index.php

121. Пазуха М.Д., Ігнатович М.В. Реклама у підприємницькій діяльності: Навч. пос. – К.: ЦНЛ, 2006. – 176 с.

122. Пасхавер О. Управління державною власністю в Україні: аналіз і рекомендації з удосконалення. Аналітична записка, 2008. – Режим доступу: <http://c-e-d.info/img/pdf/Governance>

123. Пател Нил. 7 ошибок, которые могли разрушить мой бизнес – <http://ubr.ua/business-practice>

124. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва. Навч. посібник. – К.: Каравела, 2006. – 408 с.

125. Петрович Й.М. та ін. Організація підприємництва в Україні. – Львів: Оксарт, 2000. – 320 с.

126. Підприємництво./ За ред.. В.А.Подсолонко, Т.Л.Миронової. – К.: ЦНЛ, 2003. – 616 с.

127. Покропивний С. Ф., Соболь С. М., Швиданенко Г. О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. – К: КНЕУ, 1998. – 208 с.

128. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 1998. – 352 с.

129. Покропивний С.Ф., Соболь С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч.-метод. посібник.– К.: КНЕУ, 1999.

130. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності. – К.: Основа, 1997. – 390 с.

131. Предпринимательство / Под ред. В.Я.Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 475 с.

132. Предпринимательство: Учебник / Под. ред. М.Г. Лапусты. – М.: Инфра-М, 2007. – 667 с.

133. Придумать название новой фирмы. Правила.- Режим доступу: <http://biznes-dengi.com/nachat-biznes>

134. Розвиток малого підприємництва в Україні в порівнянні з іншими країнами світу. – Режим доступу: www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish

135. Романова Л.В. Управління підприємницькою діяльністю: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 240 с.

136. Рясних Є.Г. Основи фінансового менеджменту. – Хмельницький: ТОВ «Триада-М», 2000.

137. Савченко Л.С. Культура и этика предпринимателя / Л.С. Савченко // Корпоративное предпринимательство в России. – СПб., 2003.

138. Саморегулирующиеся ассоциации предпринимателей: цели, задачи, стратегии. – Режим доступу: http://www.marazm.org.ua/index.html?/economy/2_94.html

139. Саниахметова Н.О. Господарське право України: Навчальний посібник / За заг. ред. проф. Н.О.Саниахметової. – Х.: «Одіссей», 2005. – 608 с.

117. Офіційний веб – сайт Державного комітету статистики України. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua.

118. Офіційний веб – сайт Держкомпідприємництва. – Режим доступу: <http://www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish>.

119. Офіційний веб – сайт Фонду державного майна України. – Режим доступу: http://www.spfu.gov.ua/ukr/reg_view.php

120. Оценка затрат на открытие дела. – Режим доступу: http://bishelp.ru/svoe_delo/zatrat/index.php

121. Пазуха М.Д., Ігнатович М.В. Реклама у підприємницькій діяльності: Навч. пос. – К.: ЦНЛ, 2006. – 176 с.

122. Пасхавер О. Управління державною власністю в Україні: аналіз і рекомендації з удосконалення. Аналітична записка, 2008. – Режим доступу: <http://c-e-d.info/img/pdf/Governance>

123. Пател Нил. 7 ошибок, которые могли разрушить мой бизнес – <http://ubr.ua/business-practice>

124. Пачковський Ю.Ф. Психологія підприємництва. Навч. посібник. – К.: Каравела, 2006. – 408 с.

125. Петрович Й.М. та ін. Організація підприємництва в Україні. – Львів: Оксарт, 2000. – 320 с.

126. Підприємництво./ За ред.. В.А.Подсолонко, Т.Л.Миронової. – К.: ЦНЛ, 2003. – 616 с.

127. Покропивний С. Ф., Соболь С. М., Швиданенко Г. О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч. посібник. – К: КНЕУ, 1998. – 208 с.

128. Покропивний С.Ф., Колот В.М. Підприємництво: стратегія, організація, ефективність. – К.: КНЕУ, 1998. – 352 с.

129. Покропивний С.Ф., Соболь С.М., Швиданенко Г.О. Бізнес-план: технологія розробки та обґрунтування: Навч.-метод. посібник.– К.: КНЕУ, 1999.

130. Портер М.Е. Стратегія конкуренції. Методика аналізу галузей і діяльності. – К.: Основа, 1997. – 390 с.

131. Предпринимательство / Под ред. В.Я.Горфинкеля. – М.: ЮНИТИ, 1999. – 475 с.

132. Предпринимательство: Учебник / Под. ред. М.Г. Лапусты. – М.: Инфра-М, 2007. – 667 с.

133. Придумать название новой фирмы. Правила.- Режим доступу: <http://biznes-dengi.com/nachat-biznes>

134. Розвиток малого підприємництва в Україні в порівнянні з іншими країнами світу. – Режим доступу: www.dkrp.gov.ua/control/uk/publish

135. Романова Л.В. Управління підприємницькою діяльністю: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 240 с.

136. Рясних Є.Г. Основи фінансового менеджменту. – Хмельницький: ТОВ «Триада-М», 2000.

137. Савченко Л.С. Культура и этика предпринимателя / Л.С. Савченко // Корпоративное предпринимательство в России. – СПб., 2003.

138. Саморегулирующиеся ассоциации предпринимателей: цели, задачи, стратегии. – Режим доступу: http://www.marazm.org.ua/index.html?/economy/2_94.html

139. Саниахметова Н.О. Господарське право України: Навчальний посібник / За заг. ред. проф. Н.О.Саниахметової. – Х.: «Одіссей», 2005. – 608 с.

140. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. Учебное пособие. М: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 200 с.

141. Сизоненко, В. О. Сучасне підприємництво [Текст]: довідник / В. О. Сизоненко. – К.: Знання-Прес, 2007. – 440 с.

142. Современный бизнес / Д. Речмен и др. – М., 1994.– Т. 1 – 456 с., Т. 2 – 543 с.

143. Современный экономический словарь. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – 5-е изд, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 495 с.

144. Старчук Є.В. Як вибрати правильну організаційно-правову форму вашого бізнесу? – Режим доступу: http://vlasnasprava.info/ua/reestrspduo.html?_m=publications

145. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К: Держкомстат України, 2010. – 565с.

146. Татеиси К. Вечный дух предпринимательства – М.: Прогресс, 1990. – 280 с.

147. Тирпак І.В. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – К.: Кондор, 2011. – 284 с.

148. Томилов В.В. Культура предпринимательства / В.В. Томилов. – СПб, 2000. – 251с.

149. Украинские бизнесмены уже готовы к саморегулированию. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business>

150. Український каталог бізнес-сайтів <http://www.spravka.co.ua/>

151. Фияксель Э.А. Теория, методы и практика венчурного бизнеса / Э.А. Фияксель. – СПб.: Изд-во СПГУЭФ, 2006. – 315 с.

152. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 205 с.

153. Франчайзинг: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Кузьмін О.Є., Мирончук Т.В. – К., 2011. – 267 с.

154. Хибберт Лоренс. Советы желающим начать своё дело – М.: Интерлист, 1993. – 224 с.

155. Хизрич М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха / Р. Хизрич, М. Питерс; Предпринимательство (вып. 1-5). – М.: Прогресс-Университет, 1993.

156. Хилл Н. Думай и Богатей / Н.Хилл. – М.: Начала-пресс, 1992. – 158 с.

157. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М.: Прогресс, 1992. – 389 с.

158. Хоскинг А. Курс предпринимательства: Пер. с англ./А. Хоскинг; Общ. ред. и предисл. В.Рыбалкина.–М.: Междунар. отношения, 1993. – 349с.

159. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера Навчальний посібник / К.: Знання, 2005.- 442 с.

160. Череп А.В. Инвестознавство Навчальний посібник / К.: Кондор, 2006.- 398 с.

161. Честара Д. Деловой этикет. – М.: Прогресс, 1997. – 387 с.

162. Четочов М. Ринок та державне регулювання: чи варто зміщувати акценти? – «Дзеркало тижня», № 40, 13 жовтня. – 2001.

163. Чумиков А.И. Связи с общественностью. – М.: Дело, 2001. – 290 с.

164. Шваб Л.І. Основи підприємництва. Навчальний посібник. 2-ге видання. – К.:ЦНЛ, 2007. – 368 с.

140. Семенов А.К., Маслова Е.Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса. Учебное пособие. М: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 1999. – 200 с.

141. Сизоненко, В. О. Сучасне підприємництво [Текст]: довідник / В. О. Сизоненко. – К.: Знання-Прес, 2007. – 440 с.

142. Современный бизнес / Д. Речмен и др. – М., 1994.– Т. 1 – 456 с., Т. 2 – 543 с.

143. Современный экономический словарь. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. – 5-е изд, перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 495 с.

144. Старчук Є.В. Як вибрати правильну організаційно-правову форму вашого бізнесу? – Режим доступу: http://vlasnasprava.info/ua/reestrspduo.html?_m=publications

145. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К: Держкомстат України, 2010. – 565с.

146. Татеиси К. Вечный дух предпринимательства – М.: Прогресс, 1990. – 280 с.

147. Тирпак І.В. Основи економіки та організації підприємництва : навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – К.: Кондор, 2011. – 284 с.

148. Томилов В.В. Культура предпринимательства / В.В. Томилов. – СПб, 2000. – 251с.

149. Украинские бизнесмены уже готовы к саморегулированию. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business>

150. Український каталог бізнес-сайтів <http://www.spravka.co.ua/>

151. Фияксель Э.А. Теория, методы и практика венчурного бизнеса / Э.А. Фияксель. – СПб.: Изд-во СПГУЭФ, 2006. – 315 с.

152. Форд Г. Моя жизнь, мои достижения / Г. Форд. – М.: Финансы и статистика, 1989. – 205 с.

153. Франчайзинг: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / Кузьмін О.Є., Мирончук Т.В. – К., 2011. – 267 с.

154. Хибберт Лоренс. Советы желающим начать своё дело – М.: Интерлист, 1993. – 224 с.

155. Хизрич М. Предпринимательство, или как завести собственное дело и добиться успеха / Р. Хизрич, М. Питерс; Предпринимательство (вып. 1-5). – М.: Прогресс-Университет, 1993.

156. Хилл Н. Думай и Богатей / Н.Хилл. – М.: Начала-пресс, 1992. – 158 с.

157. Хойер В. Как делать бизнес в Европе. – М.: Прогресс, 1992. – 389 с.

158. Хоскинг А. Курс предпринимательства: Пер. с англ./А. Хоскинг; Общ. ред. и предисл. В.Рыбалкина.–М.: Междунар. отношения, 1993. – 349с.

159. Чайка Г.Л. Культура ділового спілкування менеджера Навчальний посібник / К.: Знання, 2005.- 442 с.

160. Череп А.В. Инвестознавство Навчальний посібник / К.: Кондор, 2006.- 398 с.

161. Честара Д. Деловой этикет. – М.: Прогресс, 1997. – 387 с.

162. Четочов М. Ринок та державне регулювання: чи варто зміщувати акценти? – «Дзеркало тижня», № 40, 13 жовтня. – 2001.

163. Чумиков А.И. Связи с общественностью. – М.: Дело, 2001. – 290 с.

164. Шваб Л.І. Основи підприємництва. Навчальний посібник. 2-ге видання. – К.:ЦНЛ, 2007. – 368 с.

165. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки. Навчальний посібник / К.: Знання, 2006. – 435 с.
166. Шегда А.В. Менеджмент: Підручник. – К.: Знання, 2004. – 687 с.
167. Шпак В.І. Розвиток малого підприємництва в Україні. – К.: МАУП, 2003. – 128 с.
168. Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исслед. предпринимат. прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; Перевод с нем. В. Автономова и др. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
169. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента. – Киев: Украина, 1994. – 399 с.
170. Электронная энциклопедия «Википедия». <http://ru.wikipedia.org/wiki>
171. Ярошевич Н.Б., Колісник М.К. Підприємництво і менеджмент: Навчальний посібник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. – 292с.
172. <http://Ukrstat.org> – публикація документів Державної Служби Статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk/operativ>
173. <http://uk.wikipedia.org/wiki>
174. http://www.newbiz.com.ua/fran_1.
175. <http://www.yesway.ru>
176. <http://www.4bp.ru/For Business People>
177. http://www.bishelp.ru/gde_dengi/fran
178. http://www.bishelp.ru/svoe_delo
179. http://www.bishelp.ru/svoe_delo/variant/4_var/franchise.php
180. <http://www.biznesgid.com.ua>
181. <http://www.forum.dobusiness.com.ua>
182. <http://www.focus.ua>
183. <http://www.franch.com.ua>
184. <http://www.franchising.ua>
185. <http://www.newidea.in.ua>
186. <http://www.prostobiz.ua>
187. <http://www.romanenko.ua>
188. <http://www.socmart.com.ua/useful/read/2997>
189. <http://www.spfu.gov.ua/ukr/reports>
190. <http://www.top-franchising.com.ua>
191. <http://www.vlasnasprava.info/ua>
192. <http://www.yesway.ru>

165. Швайка Л. А. Державне регулювання економіки. Навчальний посібник / К.: Знання, 2006. – 435 с.
166. Шегда А.В. Менеджмент: Підручник. – К.: Знання, 2004. – 687 с.
167. Шпак В.І. Розвиток малого підприємництва в Україні. – К.: МАУП, 2003. – 128 с.
168. Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исслед. предпринимат. прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; Перевод с нем. В. Автономова и др. – М.: Прогресс, 1982. – 455 с.
169. Щекин Г.В. Практическая психология менеджмента. – Киев: Украина, 1994. – 399 с.
170. Электронная энциклопедия «Википедия». <http://ru.wikipedia.org/wiki>
171. Ярошевич Н.Б., Колісник М.К. Підприємництво і менеджмент: Навчальний посібник. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2007. – 292с.
172. <http://Ukrstat.org> – публикація документів Державної Служби Статистики України. – Режим доступу: <http://ukrstat.org/uk/operativ>
173. <http://uk.wikipedia.org/wiki>
174. http://www.newbiz.com.ua/fran_1.
175. <http://www.yesway.ru>
176. <http://www.4bp.ru/For Business People>
177. http://www.bishelp.ru/gde_dengi/fran
178. http://www.bishelp.ru/svoe_delo
179. http://www.bishelp.ru/svoe_delo/variant/4_var/franchise.php
180. <http://www.biznesgid.com.ua>
181. <http://www.forum.dobusiness.com.ua>
182. <http://www.focus.ua>
183. <http://www.franch.com.ua>
184. <http://www.franchising.ua>
185. <http://www.newidea.in.ua>
186. <http://www.prostobiz.ua>
187. <http://www.romanenko.ua>
188. <http://www.socmart.com.ua/useful/read/2997>
189. <http://www.spfu.gov.ua/ukr/reports>
190. <http://www.top-franchising.com.ua>
191. <http://www.vlasnasprava.info/ua>
192. <http://www.yesway.ru>

Додаток А

Фрагмент переліку документів дозвільного характеру
у сфері господарської діяльності

№	Назва документа дозвільного характеру	Законодавчий акт України
	Ветеринарні документи: міжнародні ветеринарні сертифікати (для країн СНД – ветеринарні свідоцтва форми N 1, N 2 та N 3) – при переміщенні за межі України	Закон України «Про ветеринарну медицину»
4.	Висновок державної екологічної експертизи	Закон України «Про екологічну експертизу»
5.	Висновок державної експертизи землевпорядної документації щодо об'єктів, які підлягають обов'язковій державній експертизі	Земельний кодекс України Закон України «Про державну експертизу землевпорядної документації»)
6.	Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи діючих об'єктів, у тому числі військового та оборонного призначення	Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення»
7.	Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи документації на розроблювані техніку, технології, устаткування, інструменти тощо	Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення»)
32	Дозвіл на виконання будівельних робіт	Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності»)
44	Дозвіл на міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом	Закон України «Про автомобільний транспорт»
75.	Дозвіл на транскордонне перевезення небезпечних відходів	Закон України «Про відходи»
109.	Погодження розміщення підприємств, будівель, споруд та інших об'єктів, діяльність яких пов'язана з використанням водних об'єктів місцевого значення і може завдати їм шкоди	Водний кодекс України
110.	Погодження розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг	Закон України «Про автомобільні дороги, Закон України «Про рекламу»
118.	Свідоцтво про право на зайняття адвокатською діяльністю	Закон України «Про адвокатуру»)
119.	Свідоцтво про право на зайняття нотаріальною діяльністю	Закон України «Про нотаріат»

Додаток А

Фрагмент переліку документів дозвільного характеру
у сфері господарської діяльності

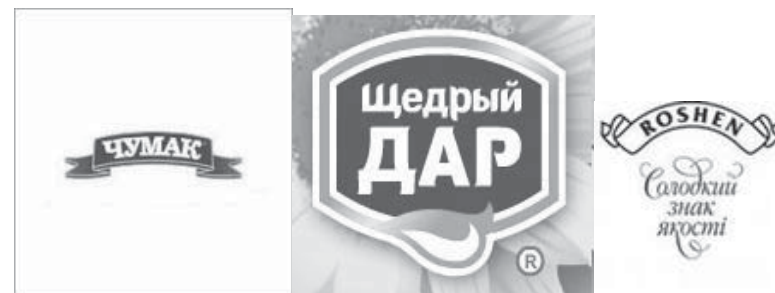
№	Назва документа дозвільного характеру	Законодавчий акт України
	Ветеринарні документи: міжнародні ветеринарні сертифікати (для країн СНД – ветеринарні свідоцтва форми N 1, N 2 та N 3) – при переміщенні за межі України	Закон України «Про ветеринарну медицину»
4.	Висновок державної екологічної експертизи	Закон України «Про екологічну експертизу»
5.	Висновок державної експертизи землевпорядної документації щодо об'єктів, які підлягають обов'язковій державній експертизі	Земельний кодекс України Закон України «Про державну експертизу землевпорядної документації»)
6.	Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи діючих об'єктів, у тому числі військового та оборонного призначення	Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення»
7.	Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи документації на розроблювані техніку, технології, устаткування, інструменти тощо	Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення»)
32	Дозвіл на виконання будівельних робіт	Закон України «Про регулювання містобудівної діяльності»)
44	Дозвіл на міжнародні перевезення пасажирів і вантажів автомобільним транспортом	Закон України «Про автомобільний транспорт»
75.	Дозвіл на транскордонне перевезення небезпечних відходів	Закон України «Про відходи»
109.	Погодження розміщення підприємств, будівель, споруд та інших об'єктів, діяльність яких пов'язана з використанням водних об'єктів місцевого значення і може завдати їм шкоди	Водний кодекс України
110.	Погодження розміщення рекламоносіїв у межах смуги відведення автомобільних доріг	Закон України «Про автомобільні дороги, Закон України «Про рекламу»
118.	Свідоцтво про право на зайняття адвокатською діяльністю	Закон України «Про адвокатуру»)
119.	Свідоцтво про право на зайняття нотаріальною діяльністю	Закон України «Про нотаріат»

Додаток Б
Приклади логотипів



Додаток Б
Приклади логотипів





Додаток В
Установчі документи

СТАТУТ
товариства з обмеженою відповідальністю

_____ (назва товариства)

1. Товариство _____ (назва)

створюється як товариство з обмеженою відповідальністю (надалі іменоване «товариство»).

2. Учасниками товариства (надалі іменовані учасниками) є:

_____ 3. Місцеперебування товариства: _____ (адреса)

4. Товариство створюється для: _____

_____ 5. Для забезпечення діяльності товариства за рахунок внесків учасників утворюється статутний фонд у розмірі _____

(не менше суми, еквівалентної 100 мінімальним заробітним платам)

В утворенні статутного фонду беруть участь: _____

_____ (учасники, їх пай у статутному фонді)

6. Товариство набуває прав юридичної особи з моменту його реєстрації виконкомом _____ районної, міської, районної у місті ради народних депутатів (місто, область, край).

Товариство має право від свого імені укладати договори, набувати майнових і особистих немайнових прав і нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді, арбітражі і третейському суді. Товариство має печатку і бланки зі своєю назвою.

Товариство у своїй діяльності керується діючим законодавством України, установчим договором і цим Статутом.

7. Учасники не відповідають за зобов'язаннями товариства, а товариство не відповідає за зобов'язаннями учасників. Учасники зазнають збитків у межах своїх внесків. Учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства невнесеною частиною вкладу у випадку _____

_____ 8. Товариство може створювати дочірні підприємства, філії і представництва.

Філії і представництва товариства діють від його імені на підставі положень про них, затверджених товариством, а дочірні підприємства – на підставі статутів, затверджених товариством.

Додаток В
Установчі документи

СТАТУТ
товариства з обмеженою відповідальністю

_____ (назва товариства)

1. Товариство _____ (назва)

створюється як товариство з обмеженою відповідальністю (надалі іменоване «товариство»).

2. Учасниками товариства (надалі іменовані учасниками) є:

_____ 3. Місцеперебування товариства: _____ (адреса)

4. Товариство створюється для: _____

_____ 5. Для забезпечення діяльності товариства за рахунок внесків учасників утворюється статутний фонд у розмірі _____

(не менше суми, еквівалентної 100 мінімальним заробітним платам)

В утворенні статутного фонду беруть участь: _____

_____ (учасники, їх пай у статутному фонді)

6. Товариство набуває прав юридичної особи з моменту його реєстрації виконкомом _____ районної, міської, районної у місті ради народних депутатів (місто, область, край).

Товариство має право від свого імені укладати договори, набувати майнових і особистих немайнових прав і нести обов'язки, бути позивачем і відповідачем у суді, арбітражі і третейському суді. Товариство має печатку і бланки зі своєю назвою.

Товариство у своїй діяльності керується діючим законодавством України, установчим договором і цим Статутом.

7. Учасники не відповідають за зобов'язаннями товариства, а товариство не відповідає за зобов'язаннями учасників. Учасники зазнають збитків у межах своїх внесків. Учасники, які не повністю внесли вклади, відповідають за зобов'язаннями товариства невнесеною частиною вкладу у випадку _____

_____ 8. Товариство може створювати дочірні підприємства, філії і представництва.

Філії і представництва товариства діють від його імені на підставі положень про них, затверджених товариством, а дочірні підприємства – на підставі статутів, затверджених товариством.

9. Чистий прибуток товариства, який утворюється відповідно до встановленого порядку, після сплати податків, передбачених законодавством, підлягає розподілові поміж учасників за підсумками роботи за рік _____

(пропорційно до паїв учасників у статутному фонді товариства)

10. Товариство створює резервний фонд у розмірі _____ (не менше, ніж 15 відсотків) _____ статутного фонду.

Резервний фонд формується за рахунок відрахувань від чистого прибутку при досягненні фондом зазначеного розміру.

Обсяг щорічних відрахувань до резервного фонду складає _____ чистого (не менше 15 відсотків) прибутку товариства.

11. Вищим органом управління товариства є збори учасників. Вони складаються з учасників або їх представників. До вищого органу товариства входять _____ представники трудового колективу товариства. Представники учасників призначаються ними

(постійно або на певний термін)

Учасник має право у будь-який час замінити свого представника у зборах учасників, повідомивши про це інших учасників.

Учасник товариства має право передати свої повноваження у зборах іншому учаснику або представникові іншого учасника товариства.

Учасники мають кількість голосів, пропорційну до обсягу їх паїв у статутному фонді.

У випадках, коли ухвалою зборів учасників можуть бути безпосередньо порушені інтереси лише одного або декількох учасників, зокрема при розгляді питання про виключення учасника з товариства, ці учасники або їх представники у голосуванні участі не беруть.

Збори учасників обирають свого голову (з ухвали учасників може передбачатися черговість головування учасників (представників учасників) за абеткою.

12. До виняткової компетенції зборів учасників належить:

а) визначення основних напрямків діяльності товариства, затвердження його планів і звітів про їх виконання;

б) зміна статуту;

в) обрання і відкликання членів виконавчого органу і ревізійної комісії;

г) затвердження річних результатів діяльності товариства, включно його філій, затвердження звітів і висновків ревізійної комісії, порядку розподілу прибутку, порядку відшкодування збитків;

д) створення, реорганізація і ліквідація дочірніх підприємств, філій і представництв, затвердження положень (статутів) про них;

е) прийняття ухвал про притягнення до майнової відповідальності службових осіб товариства;

є) затвердження правил процедури і інших внутрішніх документів товариства, визначення організаційної структури товариства;

ж) визначення умов оплати праці службових осіб товариства, його філій і представництв;

з) затвердження договорів, укладених на суму вищу від _____ гривень;

9. Чистий прибуток товариства, який утворюється відповідно до встановленого порядку, після сплати податків, передбачених законодавством, підлягає розподілові поміж учасників за підсумками роботи за рік _____

(пропорційно до паїв учасників у статутному фонді товариства)

10. Товариство створює резервний фонд у розмірі _____ (не менше, ніж 15 відсотків) _____ статутного фонду.

Резервний фонд формується за рахунок відрахувань від чистого прибутку при досягненні фондом зазначеного розміру.

Обсяг щорічних відрахувань до резервного фонду складає _____ чистого (не менше 15 відсотків) прибутку товариства.

11. Вищим органом управління товариства є збори учасників. Вони складаються з учасників або їх представників. До вищого органу товариства входять _____ представники трудового колективу товариства. Представники учасників призначаються ними

(постійно або на певний термін)

Учасник має право у будь-який час замінити свого представника у зборах учасників, повідомивши про це інших учасників.

Учасник товариства має право передати свої повноваження у зборах іншому учаснику або представникові іншого учасника товариства.

Учасники мають кількість голосів, пропорційну до обсягу їх паїв у статутному фонді.

У випадках, коли ухвалою зборів учасників можуть бути безпосередньо порушені інтереси лише одного або декількох учасників, зокрема при розгляді питання про виключення учасника з товариства, ці учасники або їх представники у голосуванні участі не беруть.

Збори учасників обирають свого голову (з ухвали учасників може передбачатися черговість головування учасників (представників учасників) за абеткою.

12. До виняткової компетенції зборів учасників належить:

а) визначення основних напрямків діяльності товариства, затвердження його планів і звітів про їх виконання;

б) зміна статуту;

в) обрання і відкликання членів виконавчого органу і ревізійної комісії;

г) затвердження річних результатів діяльності товариства, включно його філій, затвердження звітів і висновків ревізійної комісії, порядку розподілу прибутку, порядку відшкодування збитків;

д) створення, реорганізація і ліквідація дочірніх підприємств, філій і представництв, затвердження положень (статутів) про них;

е) прийняття ухвал про притягнення до майнової відповідальності службових осіб товариства;

є) затвердження правил процедури і інших внутрішніх документів товариства, визначення організаційної структури товариства;

ж) визначення умов оплати праці службових осіб товариства, його філій і представництв;

з) затвердження договорів, укладених на суму вищу від _____ гривень;

і) прийняття ухвали про припинення діяльності товариства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу:

к) визначення обсягу, форми і порядку внесення учасниками додаткових вкладів;

п) розв'язання питання про придбання товариством паю учасників;

м) виключення учасника з товариства. Одностайність у найвищому органі потрібна при розв'язанні питань, перелічених у пунктах «а», «б» і «м» цього пункту.

Ухвали з усіх інших питань приймаються простою більшістю голосів.

13. Збори учасників товариства, як правило, розв'язують питання на своїх засіданнях. У випадках _____

(вказано конкретні випадки, або дається посилання до правил процедури)

дозволяється прийняття ухвали опитуванням.

У цьому випадку проект ухвали розсилається учасникам, які мають доповісти свою позицію письмово. Протягом 10 днів з моменту надходження інформації від останнього з них, усі вони мають бути повідомлені головою про прийнятту ухвалу. Ухвала опитуванням вважається прийнятою при відсутності заперечення жодного з учасників.

Збори учасників вважаються правомочними, якщо на них присутні учасники (представники учасників), що посідають загалом більше 60 відсотків голосів, а з питань, що потребують одностайності, всі учасники.

Будь-який з учасників має право вимагати розгляду питання на зборах учасників при умові, що це питання було поставлене ним не пізніше ніж за 25 днів до початку зборів.

Голова зборів учасників товариства організує ведення протоколу. Книга протоколів має бути у будь-який час надана учасникам. За їх вимогою повинні видаватися посвідчення витягу з книги протоколів.

14. Збори учасників скликаються не рідше ніж двічі на рік. Позачергові збори учасників скликаються головою, якщо цього вимагають інтереси товариства в цілому _____

(вказано конкретні обставини, про які домовились учасники)

Збори учасників мають скликатися також за вимогою виконавчого органу або ревізійної комісії.

Учасники товариства, що посідають загалом більше 20 відсотків голосів, мають право вимагати скликання позачергових зборів учасників у будь-який час і з будь-якого приводу. Якщо протягом 20 днів голова не виконав цю вимогу, вони мають право на самостійне скликання зборів учасників.

Збори учасників не мають права приймати ухвали з питань, що не внесені до порядку денного. Порядок денний розсилається не пізніше ніж за 20 днів до початку зборів.

15. У товаристві створюється виконавчий орган: колегіальний (Дирекція) або єдиноосібний (директор), який здійснює поточне управління діяльністю товариства. Дирекцію очолює генеральний директор.

Дирекція (директор) розв'язує всі питання діяльності товариства, крім тих, що становлять виняткову компетенцію зборів учасників. Збори учасників можуть прийняти ухвалу про передання частини прав, що їм належать, до компетенції Дирекції (директора).

і) прийняття ухвали про припинення діяльності товариства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу:

к) визначення обсягу, форми і порядку внесення учасниками додаткових вкладів;

п) розв'язання питання про придбання товариством паю учасників;

м) виключення учасника з товариства. Одностайність у найвищому органі потрібна при розв'язанні питань, перелічених у пунктах «а», «б» і «м» цього пункту.

Ухвали з усіх інших питань приймаються простою більшістю голосів.

13. Збори учасників товариства, як правило, розв'язують питання на своїх засіданнях. У випадках _____

(вказано конкретні випадки, або дається посилання до правил процедури)

дозволяється прийняття ухвали опитуванням.

У цьому випадку проект ухвали розсилається учасникам, які мають доповісти свою позицію письмово. Протягом 10 днів з моменту надходження інформації від останнього з них, усі вони мають бути повідомлені головою про прийнятту ухвалу. Ухвала опитуванням вважається прийнятою при відсутності заперечення жодного з учасників.

Збори учасників вважаються правомочними, якщо на них присутні учасники (представники учасників), що посідають загалом більше 60 відсотків голосів, а з питань, що потребують одностайності, всі учасники.

Будь-який з учасників має право вимагати розгляду питання на зборах учасників при умові, що це питання було поставлене ним не пізніше ніж за 25 днів до початку зборів.

Голова зборів учасників товариства організує ведення протоколу. Книга протоколів має бути у будь-який час надана учасникам. За їх вимогою повинні видаватися посвідчення витягу з книги протоколів.

14. Збори учасників скликаються не рідше ніж двічі на рік. Позачергові збори учасників скликаються головою, якщо цього вимагають інтереси товариства в цілому _____

(вказано конкретні обставини, про які домовились учасники)

Збори учасників мають скликатися також за вимогою виконавчого органу або ревізійної комісії.

Учасники товариства, що посідають загалом більше 20 відсотків голосів, мають право вимагати скликання позачергових зборів учасників у будь-який час і з будь-якого приводу. Якщо протягом 20 днів голова не виконав цю вимогу, вони мають право на самостійне скликання зборів учасників.

Збори учасників не мають права приймати ухвали з питань, що не внесені до порядку денного. Порядок денний розсилається не пізніше ніж за 20 днів до початку зборів.

15. У товаристві створюється виконавчий орган: колегіальний (Дирекція) або єдиноосібний (директор), який здійснює поточне управління діяльністю товариства. Дирекцію очолює генеральний директор.

Дирекція (директор) розв'язує всі питання діяльності товариства, крім тих, що становлять виняткову компетенцію зборів учасників. Збори учасників можуть прийняти ухвалу про передання частини прав, що їм належать, до компетенції Дирекції (директора).

Дирекція (директор) є підвітною зборам учасників і організує виконання їхніх ухвал. Вона не має права приймати ухвали, обов'язкові для учасників товариства.

Директор має право без доручення виконувати дії від імені товариства. За домовленістю учасників у Статуті може бути передбачене наділення цим правом інших членів Дирекції.

Директор не може бути одночасно головою зборів учасників товариства.

16. Контроль за діяльністю Дирекції (директора) товариства здійснюється ревізійною комісією, що створюється зборами учасників товариства з їх числа і з представників трудового колективу у кількості _____ осіб.

Члени Дирекції (директор) не можуть бути членами ревізійної комісії.

Перевірка діяльності Дирекції (директора) здійснюється ревізійною комісією за дорученням зборів учасників з власної ініціативи або на вимогу учасників. Ревізійна комісія має право вимагати у службових осіб товариства надання їй усіх необхідних матеріалів, бухгалтерських або інших документів і особистих пояснень.

Ревізійна комісія скеровує результати проведених нею перевірок зборам учасників товариства.

Ревізійна комісія складає висновки з річних звітів і балансів. Без висновків ревізійної комісії збори учасників товариства не мають права затверджувати баланс.

Ревізійна комісія зобов'язана вимагати позачергового скликання зборів учасників, якщо виникла загроза істотним інтересам товариства, або якщо виявлено зловживання службових осіб товариства.

17. Учасники товариства мають право: брати участь в управлінні справами товариства; отримувати частину прибутку від діяльності товариства; отримувати повну інформацію про діяльність товариства, ознайомлюватися з даними бухгалтерського обліку, звітності і іншої документації _____

(можуть бути вказані і інші права)

Учасники мають переважне право на отримання продукції (робіт, послуг), що виробляється товариством.

18. Учасники товариства зобов'язані: вносити вклади у порядку і розмірах, передбачених установчим договором і цим Статутом; не розголошувати конфіденційну інформацію про діяльність товариства; робити додаткові внески у розмірі, способом і порядку, передбаченими ухвалами зборів; дотримувати положення установчих документів; виконувати взяті на себе установленим порядком зобов'язання стосовно товариства; сприяти товариству у здійсненні його діяльності _____

(можуть бути зазначені і інші обов'язки)

19. Учасник товариства може за згодою інших учасників поступитися своїм паєм (частиною паю) одному або декільком учасникам. За домовленістю учасників пай учасника може бути надано третій особі. Учасники користуються переважним правом придбання паю (частини паю) учасника, що ним поступається _____

(пропорційно до їх паїв у статутному фонді товариства, або в іншому обсязі, про який домовились учасники).

Передання паю (частини паю) третій особі можливе лише після повного внесення вкладу учасником, що вибуває.

Дирекція (директор) є підвітною зборам учасників і організує виконання їхніх ухвал. Вона не має права приймати ухвали, обов'язкові для учасників товариства.

Директор має право без доручення виконувати дії від імені товариства. За домовленістю учасників у Статуті може бути передбачене наділення цим правом інших членів Дирекції.

Директор не може бути одночасно головою зборів учасників товариства.

16. Контроль за діяльністю Дирекції (директора) товариства здійснюється ревізійною комісією, що створюється зборами учасників товариства з їх числа і з представників трудового колективу у кількості _____ осіб.

Члени Дирекції (директор) не можуть бути членами ревізійної комісії.

Перевірка діяльності Дирекції (директора) здійснюється ревізійною комісією за дорученням зборів учасників з власної ініціативи або на вимогу учасників. Ревізійна комісія має право вимагати у службових осіб товариства надання їй усіх необхідних матеріалів, бухгалтерських або інших документів і особистих пояснень.

Ревізійна комісія скеровує результати проведених нею перевірок зборам учасників товариства.

Ревізійна комісія складає висновки з річних звітів і балансів. Без висновків ревізійної комісії збори учасників товариства не мають права затверджувати баланс.

Ревізійна комісія зобов'язана вимагати позачергового скликання зборів учасників, якщо виникла загроза істотним інтересам товариства, або якщо виявлено зловживання службових осіб товариства.

17. Учасники товариства мають право: брати участь в управлінні справами товариства; отримувати частину прибутку від діяльності товариства; отримувати повну інформацію про діяльність товариства, ознайомлюватися з даними бухгалтерського обліку, звітності і іншої документації _____

(можуть бути вказані і інші права)

Учасники мають переважне право на отримання продукції (робіт, послуг), що виробляється товариством.

18. Учасники товариства зобов'язані: вносити вклади у порядку і розмірах, передбачених установчим договором і цим Статутом; не розголошувати конфіденційну інформацію про діяльність товариства; робити додаткові внески у розмірі, способом і порядку, передбаченими ухвалами зборів; дотримувати положення установчих документів; виконувати взяті на себе установленим порядком зобов'язання стосовно товариства; сприяти товариству у здійсненні його діяльності _____

(можуть бути зазначені і інші обов'язки)

19. Учасник товариства може за згодою інших учасників поступитися своїм паєм (частиною паю) одному або декільком учасникам. За домовленістю учасників пай учасника може бути надано третій особі. Учасники користуються переважним правом придбання паю (частини паю) учасника, що ним поступається _____

(пропорційно до їх паїв у статутному фонді товариства, або в іншому обсязі, про який домовились учасники).

Передання паю (частини паю) третій особі можливе лише після повного внесення вкладу учасником, що вибуває.

При передачі паю (частини паю) третій особі настає одночасний перехід до неї відповідних прав і обов'язків, що належали учасникові, який поступається ним повністю або частково.

Пай учасника після повного внесення ним вкладу може бути придбаний самим товариством. У цьому випадку воно є зобов'язаним реалізувати його іншим учасником або третім особам у термін, не більший одного року. Протягом цього періоду розподіл прибутку, а також голосування і визначення кворуму у найвищому органі відбуваються без взяття до уваги паю, придбаного товариством.

20. Учасник товариства, що систематично не виконує або неналежним чином виконує обов'язки, або який заважає своїми діями досягненню мети товариства, може бути виключеним з товариства на підставі одностайно прийнятої ухвали зборів учасників товариства. При цьому учасник (його представник) у голосуванні участі не бере.

21. Учасник товариства має право звернутися до Державного арбітражу або до суду із заявою про визнання недійсного ухвали зборів учасників, яка прийнята з порушенням закону або установчих документів, при умові, що ця ухвала прийнята у відсутності учасника (його представника), або він чи його представник лишився в меншості при прийнятті ухвали, або його було умисно введено в оману відносно суті ухвали.

22. Діяльність товариства припиняється:

- а) за ухвалою зборів учасників;
- б) з інших підстав, передбачених законодавством України;
- в) _____

(можуть бути зазначені інші підстави, про які домовились учасники)

23. Припинення діяльності товариства відбувається способом реорганізації (злиття, приєднання, поділу, виділення, перетворення) або ліквідації.

Ліквідація товариства відбувається призначеною ним ліквідаційною комісією, а у випадках припинення діяльності товариства за постановою Державного арбітражу або суду – ліквідаційною комісією, що призначається цими органами.

З моменту призначення ліквідаційної комісії до неї переходять повноваження з управління справами товариства. Ліквідаційна комісія оцінює наявне майно товариства, виявляє його дебіторів і кредиторів і розраховується з ними, вживає заходів щодо сплати боргів товариства третім особам, а також його учасникам, складає ліквідаційний баланс і надає його зборам учасників.

24. Наявні у товариства грошові кошти, у тому числі виторг від розпродажу його майна при ліквідації, після розрахунків з бюджетом, оплати праці працівників товариства, кредиторами і виконання зобов'язань щодо власників облігацій, випущених товариством, розподіляються ліквідаційною комісією поміж учасників

_____ (пропорційно до паїв у статутному фонді або іншим порядком, про який домовились учасники)

Майно, передане товариству у користування, повертається у натуральній формі без винагороди.

25. Ліквідація вважається завершеною, а товариство таким, що припинило свою діяльність, з моменту подання записки про це до реєстру державної реєстрації.

При передачі паю (частини паю) третій особі настає одночасний перехід до неї відповідних прав і обов'язків, що належали учасникові, який поступається ним повністю або частково.

Пай учасника після повного внесення ним вкладу може бути придбаний самим товариством. У цьому випадку воно є зобов'язаним реалізувати його іншим учасником або третім особам у термін, не більший одного року. Протягом цього періоду розподіл прибутку, а також голосування і визначення кворуму у найвищому органі відбуваються без взяття до уваги паю, придбаного товариством.

20. Учасник товариства, що систематично не виконує або неналежним чином виконує обов'язки, або який заважає своїми діями досягненню мети товариства, може бути виключеним з товариства на підставі одностайно прийнятої ухвали зборів учасників товариства. При цьому учасник (його представник) у голосуванні участі не бере.

21. Учасник товариства має право звернутися до Державного арбітражу або до суду із заявою про визнання недійсного ухвали зборів учасників, яка прийнята з порушенням закону або установчих документів, при умові, що ця ухвала прийнята у відсутності учасника (його представника), або він чи його представник лишився в меншості при прийнятті ухвали, або його було умисно введено в оману відносно суті ухвали.

22. Діяльність товариства припиняється:

- а) за ухвалою зборів учасників;
- б) з інших підстав, передбачених законодавством України;
- в) _____

(можуть бути зазначені інші підстави, про які домовились учасники)

23. Припинення діяльності товариства відбувається способом реорганізації (злиття, приєднання, поділу, виділення, перетворення) або ліквідації.

Ліквідація товариства відбувається призначеною ним ліквідаційною комісією, а у випадках припинення діяльності товариства за постановою Державного арбітражу або суду – ліквідаційною комісією, що призначається цими органами.

З моменту призначення ліквідаційної комісії до неї переходять повноваження з управління справами товариства. Ліквідаційна комісія оцінює наявне майно товариства, виявляє його дебіторів і кредиторів і розраховується з ними, вживає заходів щодо сплати боргів товариства третім особам, а також його учасникам, складає ліквідаційний баланс і надає його зборам учасників.

24. Наявні у товариства грошові кошти, у тому числі виторг від розпродажу його майна при ліквідації, після розрахунків з бюджетом, оплати праці працівників товариства, кредиторами і виконання зобов'язань щодо власників облігацій, випущених товариством, розподіляються ліквідаційною комісією поміж учасників

_____ (пропорційно до паїв у статутному фонді або іншим порядком, про який домовились учасники)

Майно, передане товариству у користування, повертається у натуральній формі без винагороди.

25. Ліквідація вважається завершеною, а товариство таким, що припинило свою діяльність, з моменту подання записки про це до реєстру державної реєстрації.

Ліквідаційна комісія несе майнову відповідальність за втрати, заподіяні нею товариству, його учасникам, а також третім особам відповідно до цивільного законодавства.

СТАТУТ приватного акціонерного товариства

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Приватне акціонерне товариство «_____», яке далі іменується «Товариство», створено на засадах угоди між _____, які є учасниками Товариства і іменуються далі «Учасники».

1.2. Товариство діє на підставі цього Статуту, «Установчого договору» і відповідно з Господарським Кодексом та Законами України: «Про господарські товариства», «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво», «Про власність», «Про зовнішньоекономічну діяльність».

1.3. Товариство здійснює вільний вибір видів підприємницької діяльності, самостійно формує програми діяльності, вибирає постачальників та споживачів продукції, робіт і послуг, встановлює ціни відповідно до чинного законодавства.

Для здійснення підприємницької діяльності Товариство залучає і використовує матеріально-технічні, фінансові, трудові та інші види ресурсів, використання яких не заборонено чинним законодавством.

1.4. Товариство є юридичною особою, володіє відокремленим майном, має самостійний баланс, від свого імені набуває майнові та особисті немайнові права, несе обов'язки, може бути позивачем і відповідачем в суді, арбітражному та третейському суді.

1.5. Товариство відкриває розрахунковий та інші рахунки в банках України, а також у банках інших держав, якщо це дозволено їх чинним законодавством.

1.6. Товариство має товарний знак, круглу печатку та кутовий штамп із своїми реквізитами.

1.7. Місцезнаходження Товариства: _____

2. ЦІЛЬ І ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА

2.1. Ціллю Товариства є задоволення потреб суспільства у науково-технічній продукції.

2.2. Предметом діяльності Товариства є: _____

2.3. Товариство одержує дозволи (ліцензії) на окремі види діяльності, якщо це передбачено чинним законодавством.

2.4. Товариство зобов'язане одержати дозвіл на початок робіт в органах державного нагляду за охороною праці.

2.5. Товариство може створювати дочірні підприємства, філії та представництва.

Ліквідаційна комісія несе майнову відповідальність за втрати, заподіяні нею товариству, його учасникам, а також третім особам відповідно до цивільного законодавства.

СТАТУТ приватного акціонерного товариства

1. ЗАГАЛЬНІ ПОЛОЖЕННЯ

1.1. Приватне акціонерне товариство «_____», яке далі іменується «Товариство», створено на засадах угоди між _____, які є учасниками Товариства і іменуються далі «Учасники».

1.2. Товариство діє на підставі цього Статуту, «Установчого договору» і відповідно з Господарським Кодексом та Законами України: «Про господарські товариства», «Про підприємства в Україні», «Про підприємництво», «Про власність», «Про зовнішньоекономічну діяльність».

1.3. Товариство здійснює вільний вибір видів підприємницької діяльності, самостійно формує програми діяльності, вибирає постачальників та споживачів продукції, робіт і послуг, встановлює ціни відповідно до чинного законодавства.

Для здійснення підприємницької діяльності Товариство залучає і використовує матеріально-технічні, фінансові, трудові та інші види ресурсів, використання яких не заборонено чинним законодавством.

1.4. Товариство є юридичною особою, володіє відокремленим майном, має самостійний баланс, від свого імені набуває майнові та особисті немайнові права, несе обов'язки, може бути позивачем і відповідачем в суді, арбітражному та третейському суді.

1.5. Товариство відкриває розрахунковий та інші рахунки в банках України, а також у банках інших держав, якщо це дозволено їх чинним законодавством.

1.6. Товариство має товарний знак, круглу печатку та кутовий штамп із своїми реквізитами.

1.7. Місцезнаходження Товариства: _____

2. ЦІЛЬ І ПРЕДМЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА

2.1. Ціллю Товариства є задоволення потреб суспільства у науково-технічній продукції.

2.2. Предметом діяльності Товариства є: _____

2.3. Товариство одержує дозволи (ліцензії) на окремі види діяльності, якщо це передбачено чинним законодавством.

2.4. Товариство зобов'язане одержати дозвіл на початок робіт в органах державного нагляду за охороною праці.

2.5. Товариство може створювати дочірні підприємства, філії та представництва.

2.6. Діяльність Товариства, проектування і розміщення обладнання та виробничих потужностей здійснюється відповідна з санітарними вимогами, нормами техніки безпеки і охорони праці, пожежної та екологічної безпеки, іншими обов'язковими вимогами та нормами і по узгодженню з відповідними державними органами.

3. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВАРИСТВА

3.1. Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність згідно чинному законодавству.

3.2. Предметом зовнішньоекономічної діяльності Товариства є:

- експорт та імпорт послуг, товарів та капіталів;
- надання іноземним юридичним та фізичним особам послуг, що становлять предмет діяльності Товариства;
- представлення інтересів іноземних юридичних та фізичних осіб на території України, представлення інтересів юридичних та фізичних осіб України за її межами;
- спільна підприємницька діяльність з іноземними підприємствами та організаціями і проведення з ними спільних господарських операцій на території України та за її межами.

3.3. Валютні відрахування до бюджету провадяться у порядку і розмірах, передбачених чинним законодавством. Інші вилучення валютних коштів Товариства забороняються.

Товариство на свій розсуд використовує належну йому частку валютної виручки.

3.4. Товариство має право одержувати кредити від зарубіжних кредиторів. При цьому валюта зараховується на баланс Товариства і використовується ним самостійно. Держава не несе відповідальності по одержаних Товариством кредитах.

4. МАЙНО І ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВАРИСТВА

4.1. Майно Товариства становлять основні фонди та оборотні засоби, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі Товариства.

4.2. Товариство є власником:

- майна, переданого йому Учасниками у власність;
- одержаних ним доходів;
- майна, набутого ним на підставах, не заборонених чинним законодавством.

Ризик випадкової загибелі або пошкодження майна, що є власністю Товариства, несе Товариство.

4.3. Товариство самостійно визначає напрями використання чистого прибутку, що залишається після внесення платежів, установлених чинним законодавством.

Відрахування до бюджету провадяться у порядку і розмірах, передбачених чинним законодавством.

2.6. Діяльність Товариства, проектування і розміщення обладнання та виробничих потужностей здійснюється відповідна з санітарними вимогами, нормами техніки безпеки і охорони праці, пожежної та екологічної безпеки, іншими обов'язковими вимогами та нормами і по узгодженню з відповідними державними органами.

3. ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВАРИСТВА

3.1. Товариство самостійно здійснює зовнішньоекономічну діяльність згідно чинному законодавству.

3.2. Предметом зовнішньоекономічної діяльності Товариства є:

- експорт та імпорт послуг, товарів та капіталів;
- надання іноземним юридичним та фізичним особам послуг, що становлять предмет діяльності Товариства;
- представлення інтересів іноземних юридичних та фізичних осіб на території України, представлення інтересів юридичних та фізичних осіб України за її межами;
- спільна підприємницька діяльність з іноземними підприємствами та організаціями і проведення з ними спільних господарських операцій на території України та за її межами.

3.3. Валютні відрахування до бюджету провадяться у порядку і розмірах, передбачених чинним законодавством. Інші вилучення валютних коштів Товариства забороняються.

Товариство на свій розсуд використовує належну йому частку валютної виручки.

3.4. Товариство має право одержувати кредити від зарубіжних кредиторів. При цьому валюта зараховується на баланс Товариства і використовується ним самостійно. Держава не несе відповідальності по одержаних Товариством кредитах.

4. МАЙНО І ФІНАНСОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ТОВАРИСТВА

4.1. Майно Товариства становлять основні фонди та оборотні засоби, а також інші цінності, вартість яких відображається в самостійному балансі Товариства.

4.2. Товариство є власником:

- майна, переданого йому Учасниками у власність;
- одержаних ним доходів;
- майна, набутого ним на підставах, не заборонених чинним законодавством.

Ризик випадкової загибелі або пошкодження майна, що є власністю Товариства, несе Товариство.

4.3. Товариство самостійно визначає напрями використання чистого прибутку, що залишається після внесення платежів, установлених чинним законодавством.

Відрахування до бюджету провадяться у порядку і розмірах, передбачених чинним законодавством.

4.4. Товариство створює страховий фонд, до якого щорічно відраховує не менш як 5 % від чистого прибутку, поки він не досягне 25 % від розміру статутного фонду.

4.5. Товариство не відповідає по зобов'язаннях держави і Учасників, а держава і Учасники не відповідають по зобов'язаннях Товариства. У випадку, якщо належного Товариству майна не вистачає для покриття боргів і немає можливості для фінансового оздоровлення, Товариство може бути визнано банкрутом за рішенням суду або арбітражного суду.

4.6. У разі ліквідації (реорганізації) Учасника як юридичної особи його майнові права переходять до правонаступників.

5. СТАТУТНИЙ ФОНД

5.1. Статутний фонд Товариства становить _____
(_____) гривень.

5.2. Вклад Учасника в Статутний фонд, оцінений у гривнях, складає його частку у Статутному фонді.

Розміри і види вкладів Учасників, порядок оцінки і внесення ними вкладів вказані в Установчому договорі.

6. ПОРЯДОК ЗБІЛЬШЕННЯ ТА ЗМЕНШЕННЯ СТАТУТНОГО ФОНДУ

6.1. Товариство має право збільшувати Статутний фонд шляхом випуску нових акцій або збільшення їх номінальної вартості, якщо всі раніше випущені акції повністю сплачені за вартістю, не нижче номінальної та зменшувати Статутний фонд шляхом зменшення номінальної вартості акцій або зменшення кількості акцій.

Зменшення Статутного фонду при наявності заперечень кредиторів Товариства не допускається.

6.2. У разі зменшення Статутного фонду Товариство відшкодовує власнику акцій збитки, пов'язані з змінами Статутного фонду.

7. РОЗПОДІЛ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ ТОВАРИСТВА

7.1. Прибуток Товариства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат, витрат на оплату праці, а також внесення податків та платежів, які передбачені законодавством України.

Чистий прибуток, одержаний після зазначених розрахунків, залишається в повному розпорядженні Товариства. Напрямки використання чистого прибутку вирішуються загальними зборами акціонерів Товариства.

7.2. Частину прибутку, яку Збори вирішують направити на виплату дивідендів, визначають Збори. Розподілення цієї частини прибутку провадиться пропорційно часткам Засновників у Статутному фонді Товариства.

7.3. Порядок покриття збитків Товариства визначається загальними зборами акціонерів.

4.4. Товариство створює страховий фонд, до якого щорічно відраховує не менш як 5 % від чистого прибутку, поки він не досягне 25 % від розміру статутного фонду.

4.5. Товариство не відповідає по зобов'язаннях держави і Учасників, а держава і Учасники не відповідають по зобов'язаннях Товариства. У випадку, якщо належного Товариству майна не вистачає для покриття боргів і немає можливості для фінансового оздоровлення, Товариство може бути визнано банкрутом за рішенням суду або арбітражного суду.

4.6. У разі ліквідації (реорганізації) Учасника як юридичної особи його майнові права переходять до правонаступників.

5. СТАТУТНИЙ ФОНД

5.1. Статутний фонд Товариства становить _____
(_____) гривень.

5.2. Вклад Учасника в Статутний фонд, оцінений у гривнях, складає його частку у Статутному фонді.

Розміри і види вкладів Учасників, порядок оцінки і внесення ними вкладів вказані в Установчому договорі.

6. ПОРЯДОК ЗБІЛЬШЕННЯ ТА ЗМЕНШЕННЯ СТАТУТНОГО ФОНДУ

6.1. Товариство має право збільшувати Статутний фонд шляхом випуску нових акцій або збільшення їх номінальної вартості, якщо всі раніше випущені акції повністю сплачені за вартістю, не нижче номінальної та зменшувати Статутний фонд шляхом зменшення номінальної вартості акцій або зменшення кількості акцій.

Зменшення Статутного фонду при наявності заперечень кредиторів Товариства не допускається.

6.2. У разі зменшення Статутного фонду Товариство відшкодовує власнику акцій збитки, пов'язані з змінами Статутного фонду.

7. РОЗПОДІЛ ПРИБУТКІВ ТА ЗБИТКІВ ТОВАРИСТВА

7.1. Прибуток Товариства утворюється з надходжень від господарської діяльності після покриття матеріальних та прирівняних до них витрат, витрат на оплату праці, а також внесення податків та платежів, які передбачені законодавством України.

Чистий прибуток, одержаний після зазначених розрахунків, залишається в повному розпорядженні Товариства. Напрямки використання чистого прибутку вирішуються загальними зборами акціонерів Товариства.

7.2. Частину прибутку, яку Збори вирішують направити на виплату дивідендів, визначають Збори. Розподілення цієї частини прибутку провадиться пропорційно часткам Засновників у Статутному фонді Товариства.

7.3. Порядок покриття збитків Товариства визначається загальними зборами акціонерів.

8. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИСТВА

8.1. Органами управління Товариством є загальні збори акціонерів Товариства та Виконавчий директор. Контрольним органом є Ревізійна комісія.

Загальні збори Товариства

8.2. Вищим органом Товариства є загальні збори Товариства, які далі іменуються «Збори». У Зборах можуть брати участь, з правом дорадчого голосу і члени виконавчих органів, які не є акціонерами.

8.3. До компетенції Зборів належить:

а) визначення основних напрямів діяльності Товариства і затвердження планів та звітів про їх виконання;

б) затвердження річних результатів діяльності Товариства, включаючи його дочірні підприємства, затвердження звітів і висновків Ревізійної комісії, порядку розподілу прибутку, визначення порядку покриття збитків, прийняття рішень про взяття кредитів;

в) затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів Товариства, визначення організаційної структури Товариства;

г) вирішення питання про придбання Товариством часток Мого Учасників, купівля цінних паперів;

д) прийняття рішення про укладення господарських договорів на суму, що перевищує 1000 (одну тисячу) неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, затвердження договорів (угод), укладених Товариством на суму в межах від 500 до 1000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

е) укладення та розірвання трудового контракту з Виконавчим директором Товариства.;

ж) створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердження їх статутів та положень;

з) визначення умов оплати праці службових осіб Товариства, його дочірніх підприємств, філій та представництв;

и) винесення рішень про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб Товариства;

і) прийняття рішення про припинення діяльності Товариства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу;

к) встановлення розміру, форми і порядку внесення Учасниками додаткових вкладів;

л) внесення змін до статуту Товариства;

м) виключення Учасника з Товариства;

н) зміни і доповнення Установчого договору.

Рішення Зборів приймаються більшістю у 3/4 голосів акціонерів, які беруть участь у зборах, з наступних питань: а) зміна статуту Товариства; б) прийняття рішення про припинення діяльності Товариства; в) створення та припинення діяльності дочірніх підприємств, філій та представництв Товариства.

З решти питань рішення приймаються простою більшістю голосів акціонерів, які беруть участь у зборах.

8. ОРГАНИ УПРАВЛІННЯ ТОВАРИСТВА

8.1. Органами управління Товариством є загальні збори акціонерів Товариства та Виконавчий директор. Контрольним органом є Ревізійна комісія.

Загальні збори Товариства

8.2. Вищим органом Товариства є загальні збори Товариства, які далі іменуються «Збори». У Зборах можуть брати участь, з правом дорадчого голосу і члени виконавчих органів, які не є акціонерами.

8.3. До компетенції Зборів належить:

а) визначення основних напрямів діяльності Товариства і затвердження планів та звітів про їх виконання;

б) затвердження річних результатів діяльності Товариства, включаючи його дочірні підприємства, затвердження звітів і висновків Ревізійної комісії, порядку розподілу прибутку, визначення порядку покриття збитків, прийняття рішень про взяття кредитів;

в) затвердження правил процедури та інших внутрішніх документів Товариства, визначення організаційної структури Товариства;

г) вирішення питання про придбання Товариством часток Мого Учасників, купівля цінних паперів;

д) прийняття рішення про укладення господарських договорів на суму, що перевищує 1000 (одну тисячу) неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, затвердження договорів (угод), укладених Товариством на суму в межах від 500 до 1000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян;

е) укладення та розірвання трудового контракту з Виконавчим директором Товариства.;

ж) створення, реорганізація та ліквідація дочірніх підприємств, філій та представництв, затвердження їх статутів та положень;

з) визначення умов оплати праці службових осіб Товариства, його дочірніх підприємств, філій та представництв;

и) винесення рішень про притягнення до майнової відповідальності посадових осіб Товариства;

і) прийняття рішення про припинення діяльності Товариства, призначення ліквідаційної комісії, затвердження ліквідаційного балансу;

к) встановлення розміру, форми і порядку внесення Учасниками додаткових вкладів;

л) внесення змін до статуту Товариства;

м) виключення Учасника з Товариства;

н) зміни і доповнення Установчого договору.

Рішення Зборів приймаються більшістю у 3/4 голосів акціонерів, які беруть участь у зборах, з наступних питань: а) зміна статуту Товариства; б) прийняття рішення про припинення діяльності Товариства; в) створення та припинення діяльності дочірніх підприємств, філій та представництв Товариства.

З решти питань рішення приймаються простою більшістю голосів акціонерів, які беруть участь у зборах.

8.4. Акціонери на Зборах мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток у Статутному фонді Товариства.

Збори вважаються повноважними, якщо на них присутні акціонери (Представники), що володіють у сукупності більш як 60 % голосів, а з питань, які потребують одностайності, – всі акціонери.

8.5. Будь-який з акціонерів вправі вимагати розгляду питання на Зборах за умовою, що воно було ним (ними) поставлено не пізніше як за 40 днів до початку Зборів акціонером (акціонерами), який володіє (володіють) не менш, як 10 відсотків акцій. Не пізніше як за 45 днів до скликання Зборів акціонерам повинна бути надана можливість ознайомитися з документами, пов'язаними з порядком денним Зборів. З питань, не включених до порядку денного, рішення Зборами прийматися не можуть.

8.6. Голосування на Зборах проводиться за принципом: одна акція – один голос.

Представник акціонера може бути постійним або призначеним на повний строк. Акціонер вправі в будь-який час замінити свого представника у вищому органі, довівши про це до відома виконавчий орган.

8.7. Збори скликаються не рідше двох разів на рік. Позачергові Збори скликаються у разі неплатоспроможності Товариства, по мірі необхідності, якщо цього вимагають інтереси Товариства.

8.8. Акціонери, які володіють у сукупності більш як 20 % голосів, вправі вимагати скликання позачергових Зборів у будь-який час і з будь-якого приводу. Якщо протягом 20 днів Правління не виконало вказаної вимоги, вони вправі самі скликати Збори.

Виконавчий орган

8.9. Виконавчим органом Товариства, який здійснює керівництво його поточною діяльністю є Виконавчий директор.

8.10. Виконавчий директор вирішує усі питання діяльності Товариства, за винятком тих, що віднесені до виключної компетенції Зборів. Виконавчий директор вправі без довіреності здійснювати дії від імені Товариства.

8.11. Збори акціонерів укладають з Виконавчим директором строковий трудовий договір (контракт).

Ревізійна комісія

8.12. Контроль за фінансово-господарською діяльністю Правління здійснюється Ревізійною комісією, яка обирається з числа акціонерів.

8.13. Ревізійна комісія доповідає результати проведених нею перевірок Зборам.

Ревізійна комісія складає висновок по річних звітах та балансах. Без висновку Ревізійної комісії Збори не мають права затверджувати баланс Товариства.

Ревізійна комісія має право ставити питання про скликання позачергових Зборів, якщо виникла загроза суттєвим інтересам Товариства або виявлені зловживання службовими особами Товариства.

8.4. Акціонери на Зборах мають кількість голосів, пропорційну розміру їх часток у Статутному фонді Товариства.

Збори вважаються повноважними, якщо на них присутні акціонери (Представники), що володіють у сукупності більш як 60 % голосів, а з питань, які потребують одностайності, – всі акціонери.

8.5. Будь-який з акціонерів вправі вимагати розгляду питання на Зборах за умовою, що воно було ним (ними) поставлено не пізніше як за 40 днів до початку Зборів акціонером (акціонерами), який володіє (володіють) не менш, як 10 відсотків акцій. Не пізніше як за 45 днів до скликання Зборів акціонерам повинна бути надана можливість ознайомитися з документами, пов'язаними з порядком денним Зборів. З питань, не включених до порядку денного, рішення Зборами прийматися не можуть.

8.6. Голосування на Зборах проводиться за принципом: одна акція – один голос.

Представник акціонера може бути постійним або призначеним на повний строк. Акціонер вправі в будь-який час замінити свого представника у вищому органі, довівши про це до відома виконавчий орган.

8.7. Збори скликаються не рідше двох разів на рік. Позачергові Збори скликаються у разі неплатоспроможності Товариства, по мірі необхідності, якщо цього вимагають інтереси Товариства.

8.8. Акціонери, які володіють у сукупності більш як 20 % голосів, вправі вимагати скликання позачергових Зборів у будь-який час і з будь-якого приводу. Якщо протягом 20 днів Правління не виконало вказаної вимоги, вони вправі самі скликати Збори.

Виконавчий орган

8.9. Виконавчим органом Товариства, який здійснює керівництво його поточною діяльністю є Виконавчий директор.

8.10. Виконавчий директор вирішує усі питання діяльності Товариства, за винятком тих, що віднесені до виключної компетенції Зборів. Виконавчий директор вправі без довіреності здійснювати дії від імені Товариства.

8.11. Збори акціонерів укладають з Виконавчим директором строковий трудовий договір (контракт).

Ревізійна комісія

8.12. Контроль за фінансово-господарською діяльністю Правління здійснюється Ревізійною комісією, яка обирається з числа акціонерів.

8.13. Ревізійна комісія доповідає результати проведених нею перевірок Зборам.

Ревізійна комісія складає висновок по річних звітах та балансах. Без висновку Ревізійної комісії Збори не мають права затверджувати баланс Товариства.

Ревізійна комісія має право ставити питання про скликання позачергових Зборів, якщо виникла загроза суттєвим інтересам Товариства або виявлені зловживання службовими особами Товариства.

9.1. Акціонери Товариства мають право:

- брати участь в управлінні справами Товариства;
- одержувати частку прибутку від діяльності Товариства і дочірніх закладів;
- одержувати інформацію про діяльність Товариства, знайомитись з даними бухгалтерського обліку, звітності та іншою документацією;
- на переваги при одержанні послуг, які надаються Товариством;
- вийти в установленому порядку з Товариства.

9.2. При виході акціонера з Товариства йому виплачується частина вартості активів Товариства на момент виходу, що пропорційні частці акцій, належних такому акціонеру. Частина вартості активів на момент виходу з метою збереження від інфляції переводиться по курсу Національного банку України на момент виходу акціонера з Товариства в умовні долари США. Виплата коштів акціонеру, що вибув, після затвердження Зборами квартального балансу та звіту про фінансово-господарські результати роботи Товариства здійснюється в національній валюті України по курсу Національного банку України на момент оплати коштів.

Акціонеру, що вибув, виплачується належна йому частина прибутку, одержаного Товариством в господарському році, до моменту виходу акціонера із складу Товариства.

Майно, передане акціонером Товариству у користування, повертається акціонеру при його виході із Товариства в натуральній формі без додаткової винагороди за користування таким майном.

9.3. У випадку реорганізації або ліквідації Акціонера – юридичної особи, до складу акціонерів Товариства за згодою Зборів можуть вступити правонаступники реорганізованого або ліквідованого акціонера – юридичної особи.

При відмові правонаступників від вступу до Товариства або відмови Зборів від прийняття до складу Товариства правонаступника останньому виплачується вартість акцій, що належали реорганізованому або ліквідованому акціонеру. Вартість акцій визначається відповідно до п. 9.2. даного договору. У випадку, коли учасником, що вибув, було передано Товариству майно у користування, правонаступникам повертається таке майно в натуральній формі. При відмові правонаступників від отримання майна в натуральній формі Збори акціонерів мають право прийняти рішення про виплату вартості цього майна за станом на день реорганізації або ліквідації акціонера – юридичної особи.

9.4. Акціонер Товариства має право за згодою Зборів передати частину своїх акцій або всі акції одному або декільком акціонерам, а також третім особам. Акціонери Товариства користуються переважним правом придбання акцій іншого акціонера.

Передача акцій або їх частини третій особі можлива після повного внесення акціонером, що передає акції, вартості належних йому акцій.

При передачі акцій або їх частини третій особі, до неї одночасно переходять відповідні права та обов'язки акціонера, який передав повністю або частково належні йому акції. Обсяг прав та обов'язків визначається обсягом отриманих акцій.

Акції Товариства можуть бути викуплені самим Товариством лише за рахунок вільного прибутку Товариства, що залишився в його розпорядженні. В та-

9.1. Акціонери Товариства мають право:

- брати участь в управлінні справами Товариства;
- одержувати частку прибутку від діяльності Товариства і дочірніх закладів;
- одержувати інформацію про діяльність Товариства, знайомитись з даними бухгалтерського обліку, звітності та іншою документацією;
- на переваги при одержанні послуг, які надаються Товариством;
- вийти в установленому порядку з Товариства.

9.2. При виході акціонера з Товариства йому виплачується частина вартості активів Товариства на момент виходу, що пропорційні частці акцій, належних такому акціонеру. Частина вартості активів на момент виходу з метою збереження від інфляції переводиться по курсу Національного банку України на момент виходу акціонера з Товариства в умовні долари США. Виплата коштів акціонеру, що вибув, після затвердження Зборами квартального балансу та звіту про фінансово-господарські результати роботи Товариства здійснюється в національній валюті України по курсу Національного банку України на момент оплати коштів.

Акціонеру, що вибув, виплачується належна йому частина прибутку, одержаного Товариством в господарському році, до моменту виходу акціонера із складу Товариства.

Майно, передане акціонером Товариству у користування, повертається акціонеру при його виході із Товариства в натуральній формі без додаткової винагороди за користування таким майном.

9.3. У випадку реорганізації або ліквідації Акціонера – юридичної особи, до складу акціонерів Товариства за згодою Зборів можуть вступити правонаступники реорганізованого або ліквідованого акціонера – юридичної особи.

При відмові правонаступників від вступу до Товариства або відмови Зборів від прийняття до складу Товариства правонаступника останньому виплачується вартість акцій, що належали реорганізованому або ліквідованому акціонеру. Вартість акцій визначається відповідно до п. 9.2. даного договору. У випадку, коли учасником, що вибув, було передано Товариству майно у користування, правонаступникам повертається таке майно в натуральній формі. При відмові правонаступників від отримання майна в натуральній формі Збори акціонерів мають право прийняти рішення про виплату вартості цього майна за станом на день реорганізації або ліквідації акціонера – юридичної особи.

9.4. Акціонер Товариства має право за згодою Зборів передати частину своїх акцій або всі акції одному або декільком акціонерам, а також третім особам. Акціонери Товариства користуються переважним правом придбання акцій іншого акціонера.

Передача акцій або їх частини третій особі можлива після повного внесення акціонером, що передає акції, вартості належних йому акцій.

При передачі акцій або їх частини третій особі, до неї одночасно переходять відповідні права та обов'язки акціонера, який передав повністю або частково належні йому акції. Обсяг прав та обов'язків визначається обсягом отриманих акцій.

Акції Товариства можуть бути викуплені самим Товариством лише за рахунок вільного прибутку Товариства, що залишився в його розпорядженні. В та-

кому випадку Товариство повинно на протязі одного року з моменту придбання акцій розповсюдити ці акції серед акціонерів Товариства або третіх осіб, якщо на це є згода Зборів, або ж анулювати такі акції.

На протязі того періоду, коли акції знаходяться у власності Товариства, розподіл прибутку, а також голосування і визначення кворуму у засіданнях Зборів відбувається без врахування придбаних Товариством акцій.

10. ОБОВ'ЯЗКИ АКЦІОНЕРІВ

10.1. Акціонери Товариства зобов'язані:

- робити внески в порядку і розмірах, передбачених Установчим договором і даним Статутом;
- робити додаткові внески в розмірах, способом і в порядку, прийнятими рішенням Зборів;
- виконувати прийняті у встановленому порядку зобов'язання по відношенню до Товариства згідно установчих документів;
- не розголошувати конфіденційну інформацію про діяльність Товариства;
- сприяти Товариству в здійсненні ним статутної діяльності,

10.2. Учасник Товариства, що систематично не виконує або чинить перешкоди досягненню мети Товариства, може бути виключений з Товариства. При цьому цей Учасник (або його Представник) у голосуванні участі не приймає.

10.3. Акціонер має право звертатися до суду з заявою про визнання недійсним рішення Зборів, винесеного з порушенням закону або установчих документів Товариства, при умові, що таке рішення прийняте у відсутності акціонера, або він залишився у меншості при винесенні рішення, або був навмисно введений в оману відносно суті рішення.

11. ПРИПИНЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА

11.1. Припинення діяльності Товариства відбуваються шляхом його реорганізації або ліквідації. Припинення окремих видів діяльності Товариства здійснюється при закінченні строку дії відповідних ліцензій (дозволів).

11.2. Реорганізація Товариства відбувається за рішенням Зборів. При цьому вся сукупність прав та обов'язків Товариства переходить до його правонаступників.

11.3. Ліквідація Товариства провадиться за рішенням Зборів, а також на підставі рішення суду або арбітражного суду:

- за поданням банків у разі неплатоспроможності Товариства;
- за поданням органів, що контролюють діяльність Товариства, у разі систематичного або грубого порушення ним законодавства;
- інших випадках, передбачених законодавством.

11.4. Товариство вважається реорганізованим або ліквідованим з моменту виключення його з державного реєстру України.

Від _____ Від _____

кому випадку Товариство повинно на протязі одного року з моменту придбання акцій розповсюдити ці акції серед акціонерів Товариства або третіх осіб, якщо на це є згода Зборів, або ж анулювати такі акції.

На протязі того періоду, коли акції знаходяться у власності Товариства, розподіл прибутку, а також голосування і визначення кворуму у засіданнях Зборів відбувається без врахування придбаних Товариством акцій.

10. ОБОВ'ЯЗКИ АКЦІОНЕРІВ

10.1. Акціонери Товариства зобов'язані:

- робити внески в порядку і розмірах, передбачених Установчим договором і даним Статутом;
- робити додаткові внески в розмірах, способом і в порядку, прийнятими рішенням Зборів;
- виконувати прийняті у встановленому порядку зобов'язання по відношенню до Товариства згідно установчих документів;
- не розголошувати конфіденційну інформацію про діяльність Товариства;
- сприяти Товариству в здійсненні ним статутної діяльності,

10.2. Учасник Товариства, що систематично не виконує або чинить перешкоди досягненню мети Товариства, може бути виключений з Товариства. При цьому цей Учасник (або його Представник) у голосуванні участі не приймає.

10.3. Акціонер має право звертатися до суду з заявою про визнання недійсним рішення Зборів, винесеного з порушенням закону або установчих документів Товариства, при умові, що таке рішення прийняте у відсутності акціонера, або він залишився у меншості при винесенні рішення, або був навмисно введений в оману відносно суті рішення.

11. ПРИПИНЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВАРИСТВА

11.1. Припинення діяльності Товариства відбуваються шляхом його реорганізації або ліквідації. Припинення окремих видів діяльності Товариства здійснюється при закінченні строку дії відповідних ліцензій (дозволів).

11.2. Реорганізація Товариства відбувається за рішенням Зборів. При цьому вся сукупність прав та обов'язків Товариства переходить до його правонаступників.

11.3. Ліквідація Товариства провадиться за рішенням Зборів, а також на підставі рішення суду або арбітражного суду:

- за поданням банків у разі неплатоспроможності Товариства;
- за поданням органів, що контролюють діяльність Товариства, у разі систематичного або грубого порушення ним законодавства;
- інших випадках, передбачених законодавством.

11.4. Товариство вважається реорганізованим або ліквідованим з моменту виключення його з державного реєстру України.

Від _____ Від _____

Додаток Г
Орендні ставки на використання майна

Таблиця Г.1 – Орендні ставки за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств

Найменування	Орендна ставка, відсотків
Цілісні майнові комплекси державних підприємств:	
тютюнової промисловості, лікєро-горілчаної та виноробної промисловості, радгоспів заводів (що виробляють виноробну продукцію)	25
з виробництва електричного та електронного устаткування, деревини та виробів з деревини, меблів, з організації концертно-видовищної діяльності та виставкової діяльності, ресторанів, морського, залізничного та автомобільного транспорту, торгівлі, випуску лотерейних білетів та проведення лотерей, кольорової металургії, нафтогазодобувної промисловості	20
електроенергетики, газової, хімічної і нафтохімічної промисловості, чорної металургії, зв'язку, швейної та текстильної промисловості, ресторанного господарства (крім ресторанів), з виробництва транспортних засобів, устаткування та їх ремонту, виробництва машин та устаткування, призначеного для механічного, термічного оброблення матеріалів або здійснення інших операцій, з виробництва гумових та пластмасових виробів, лісового господарства, рибного господарства, целюлозно-паперової промисловості, переробки відходів, видобування неенергетичних матеріалів, з надання додаткових транспортних послуг та допоміжних операцій, паливної промисловості, побутового обслуговування	16
сільського господарства, харчової промисловості (крім лікєро-горілчаної та виноробної промисловості), радгоспів-заводів, крім тих, що виробляють виноробну продукцію), металообробки, освіти, науки та охорони здоров'я, легкої (крім швейної та текстильної) промисловості, з виробництва будівельних матеріалів	12
Інші об'єкти	10

Додаток Г
Орендні ставки на використання майна

Таблиця Г.1 – Орендні ставки за використання цілісних майнових комплексів державних підприємств

Найменування	Орендна ставка, відсотків
Цілісні майнові комплекси державних підприємств:	
тютюнової промисловості, лікєро-горілчаної та виноробної промисловості, радгоспів заводів (що виробляють виноробну продукцію)	25
з виробництва електричного та електронного устаткування, деревини та виробів з деревини, меблів, з організації концертно-видовищної діяльності та виставкової діяльності, ресторанів, морського, залізничного та автомобільного транспорту, торгівлі, випуску лотерейних білетів та проведення лотерей, кольорової металургії, нафтогазодобувної промисловості	20
електроенергетики, газової, хімічної і нафтохімічної промисловості, чорної металургії, зв'язку, швейної та текстильної промисловості, ресторанного господарства (крім ресторанів), з виробництва транспортних засобів, устаткування та їх ремонту, виробництва машин та устаткування, призначеного для механічного, термічного оброблення матеріалів або здійснення інших операцій, з виробництва гумових та пластмасових виробів, лісового господарства, рибного господарства, целюлозно-паперової промисловості, переробки відходів, видобування неенергетичних матеріалів, з надання додаткових транспортних послуг та допоміжних операцій, паливної промисловості, побутового обслуговування	16
сільського господарства, харчової промисловості (крім лікєро-горілчаної та виноробної промисловості), радгоспів-заводів, крім тих, що виробляють виноробну продукцію), металообробки, освіти, науки та охорони здоров'я, легкої (крім швейної та текстильної) промисловості, з виробництва будівельних матеріалів	12
Інші об'єкти	10

Таблиця Г.2 – Орендні ставки за використання нерухомого державного майна

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
1. Розміщення казино, інших гральних закладів, гральних автоматів	100
2. Розміщення пунктів продажу лотерейних білетів, пунктів обміну валюти	45
3. Розміщення: – фінансових установ, ломбардів, бірж, брокерських, дилерських, маклерських, ріелторських контор (агентств нерухомості), банкоматів – ресторанів з нічним режимом роботи – торговельних об'єктів з продажу ювелірних виробів, виробів з дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, антикваріату, зброї – операторів телекомунікацій, які надають послуги з рухомого (мобільного) зв'язку, операторів та провайдерів телекомунікацій, які надають послуги з доступу до Інтернет	40
4. Розміщення: – виробників реклами – салонів краси, саун, турецьких лазень, соляріїв, кабінетів масажу, тренажерних залів – торговельних об'єктів з продажу автомобілів – зовнішньої реклами на будівлях і спорудах	30
5. Організація концертів та іншої видовищно-розважальної діяльності	25
6. Розміщення суб'єктів господарювання, що провадять туроператорську та турагентську діяльність, готелів	22
7. Розміщення суб'єктів господарювання, що провадять діяльність з ремонту об'єктів нерухомості	21
8. Розміщення: – клірингових установ – майстерень, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт автомобілів – майстерень з ремонту ювелірних виробів – ресторанів – приватних закладів охорони здоров'я	20

Таблиця Г.2 – Орендні ставки за використання нерухомого державного майна

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
1. Розміщення казино, інших гральних закладів, гральних автоматів	100
2. Розміщення пунктів продажу лотерейних білетів, пунктів обміну валюти	45
3. Розміщення: – фінансових установ, ломбардів, бірж, брокерських, дилерських, маклерських, ріелторських контор (агентств нерухомості), банкоматів – ресторанів з нічним режимом роботи – торговельних об'єктів з продажу ювелірних виробів, виробів з дорогоцінних металів та дорогоцінного каміння, антикваріату, зброї – операторів телекомунікацій, які надають послуги з рухомого (мобільного) зв'язку, операторів та провайдерів телекомунікацій, які надають послуги з доступу до Інтернет	40
4. Розміщення: – виробників реклами – салонів краси, саун, турецьких лазень, соляріїв, кабінетів масажу, тренажерних залів – торговельних об'єктів з продажу автомобілів – зовнішньої реклами на будівлях і спорудах	30
5. Організація концертів та іншої видовищно-розважальної діяльності	25
6. Розміщення суб'єктів господарювання, що провадять туроператорську та турагентську діяльність, готелів	22
7. Розміщення суб'єктів господарювання, що провадять діяльність з ремонту об'єктів нерухомості	21
8. Розміщення: – клірингових установ – майстерень, що здійснюють технічне обслуговування та ремонт автомобілів – майстерень з ремонту ювелірних виробів – ресторанів – приватних закладів охорони здоров'я	20

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
<ul style="list-style-type: none"> – суб'єктів господарювання, що діють на основі приватної власності і провадять господарську діяльність з медичної практики – розміщення торговельних об'єктів з продажу окулярів, лінз, скелець – суб'єктів господарювання, що провадять діяльність у сфері права, бухгалтерського обліку та оподаткування – редакцій засобів масової інформації: – рекламного та еротичного характеру – тих, що засновані в Україні міжнародними організаціями або за участю юридичних чи фізичних осіб інших держав, осіб без громадянства – тих, де понад 50 відсотків загального обсягу випуску становлять матеріали іноземних засобів масової інформації – тих, що засновані за участю суб'єктів господарювання, одним із видів діяльності яких є виробництво та постачання паперу, поліграфічного обладнання, технічних засобів мовлення 	
<p>9. Розміщення:</p> <ul style="list-style-type: none"> – крамниць-складів, магазинів-складів – турбаз, мотелів, кемпінгів, літніх будиночків – торговельних об'єктів з продажу: – непродовольчих товарів, алкогольних та тютюнових виробів – промислових товарів, що були у використанні – автотоварів – відео– та аудіопродукції – офісних приміщень – антен 	18
<p>10. Розміщення фізкультурно-спортивних закладів, діяльність яких спрямована на організацію та проведення занять різними видами спорту</p>	17
<p>11. Розміщення:</p> <ul style="list-style-type: none"> – суб'єктів господарювання, що надають послуги, пов'язані з переказом грошей – бірж, що мають статус неприбуткових організацій – кафе, барів, закусточних, буфетів, кафетеріїв, що здійснюють продаж товарів підакцизної групи – ветеринарних лікарень (клінік), лабораторій ветеринарної медицини – суб'єктів господарювання, що провадять діяльність з організації шлюбних знайомств та весіль – складів – суб'єктів господарювання, що провадять діяльність з вирощування квітів, грибів 	15

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
<ul style="list-style-type: none"> – суб'єктів господарювання, що діють на основі приватної власності і провадять господарську діяльність з медичної практики – розміщення торговельних об'єктів з продажу окулярів, лінз, скелець – суб'єктів господарювання, що провадять діяльність у сфері права, бухгалтерського обліку та оподаткування – редакцій засобів масової інформації: – рекламного та еротичного характеру – тих, що засновані в Україні міжнародними організаціями або за участю юридичних чи фізичних осіб інших держав, осіб без громадянства – тих, де понад 50 відсотків загального обсягу випуску становлять матеріали іноземних засобів масової інформації – тих, що засновані за участю суб'єктів господарювання, одним із видів діяльності яких є виробництво та постачання паперу, поліграфічного обладнання, технічних засобів мовлення 	
<p>9. Розміщення:</p> <ul style="list-style-type: none"> – крамниць-складів, магазинів-складів – турбаз, мотелів, кемпінгів, літніх будиночків – торговельних об'єктів з продажу: – непродовольчих товарів, алкогольних та тютюнових виробів – промислових товарів, що були у використанні – автотоварів – відео– та аудіопродукції – офісних приміщень – антен 	18
<p>10. Розміщення фізкультурно-спортивних закладів, діяльність яких спрямована на організацію та проведення занять різними видами спорту</p>	17
<p>11. Розміщення:</p> <ul style="list-style-type: none"> – суб'єктів господарювання, що надають послуги, пов'язані з переказом грошей – бірж, що мають статус неприбуткових організацій – кафе, барів, закусточних, буфетів, кафетеріїв, що здійснюють продаж товарів підакцизної групи – ветеринарних лікарень (клінік), лабораторій ветеринарної медицини – суб'єктів господарювання, що провадять діяльність з організації шлюбних знайомств та весіль – складів – суб'єктів господарювання, що провадять діяльність з вирощування квітів, грибів 	15

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
12. Розміщення: – закладів ресторанного господарства з постачання страв, приготовлених централізовано для споживання в інших місцях – суб'єктів господарювання, що надають послуги з утримання домашніх тварин	13
13. Розміщення: – суб'єктів господарювання, що діють на основі приватної власності і надають послуги з перевезення та доставки (вручення) поштових відправлень (кур'єрська служба) – стоянок для автомобілів	12
14. Розміщення: – комп'ютерних клубів та інтернет-кафе – ветеринарних аптек – рибних господарств – приватних навчальних закладів – шкіл, курсів з навчання водіїв автомобілів – торговельних об'єктів з продажу книг, газет і журналів, виданих іноземними мовами – суб'єктів господарювання, що здійснюють проектні, проектно-вишукувальні, проектно-конструкторські роботи – видавництва друкованих засобів масової інформації та видавничої продукції, що друкуються іноземними мовами – редакцій засобів масової інформації, крім зазначених у пункті 10 Методики та пункті 8 цього додатка	10
15. Проведення виставок непродовольчих товарів без здійснення торгівлі	10
16. Розміщення торговельних автоматів, що відпускають продовольчі товари	9
17. Розміщення: – кафе, барів, закусочних, кафетеріїв, які не здійснюють продаж товарів підкацізної групи – аптек, що реалізують готові ліки – торговельних об'єктів з продажу продовольчих товарів, крім товарів підкацізної групи	8
18. Розміщення: – торговельних об'єктів з продажу ортопедичних виробів; – ксерокопіювальної техніки для надання населенню послуг із ксерокопіювання документів	7

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
12. Розміщення: – закладів ресторанного господарства з постачання страв, приготовлених централізовано для споживання в інших місцях – суб'єктів господарювання, що надають послуги з утримання домашніх тварин	13
13. Розміщення: – суб'єктів господарювання, що діють на основі приватної власності і надають послуги з перевезення та доставки (вручення) поштових відправлень (кур'єрська служба) – стоянок для автомобілів	12
14. Розміщення: – комп'ютерних клубів та інтернет-кафе – ветеринарних аптек – рибних господарств – приватних навчальних закладів – шкіл, курсів з навчання водіїв автомобілів – торговельних об'єктів з продажу книг, газет і журналів, виданих іноземними мовами – суб'єктів господарювання, що здійснюють проектні, проектно-вишукувальні, проектно-конструкторські роботи – видавництва друкованих засобів масової інформації та видавничої продукції, що друкуються іноземними мовами – редакцій засобів масової інформації, крім зазначених у пункті 10 Методики та пункті 8 цього додатка	10
15. Проведення виставок непродовольчих товарів без здійснення торгівлі	10
16. Розміщення торговельних автоматів, що відпускають продовольчі товари	9
17. Розміщення: – кафе, барів, закусочних, кафетеріїв, які не здійснюють продаж товарів підкацізної групи – аптек, що реалізують готові ліки – торговельних об'єктів з продажу продовольчих товарів, крім товарів підкацізної групи	8
18. Розміщення: – торговельних об'єктів з продажу ортопедичних виробів; – ксерокопіювальної техніки для надання населенню послуг із ксерокопіювання документів	7

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
19. Проведення виставок образотворчої та книжкової продукції, виробленої в Україні	7
20. Розміщення: – їдалень, буфетів, які не здійснюють продаж товарів підакцизної групи – фірмових магазинів вітчизняних промислових підприємств-товаровиробників, крім тих, що виробляють товари підакцизної групи – об'єктів поштового зв'язку на площі, що використовується для надання послуг поштового зв'язку – суб'єктів господарювання, що надають послуги з перевезення та доставки (вручення) поштових відправлень – торговельних об'єктів з продажу поліграфічної продукції та канцтоварів, ліцензованої відео– та аудіопродукції, що призначається для навчальних закладів	6
21. Розміщення: – державних та комунальних закладів охорони здоров'я, що частково фінансуються за рахунок державного та місцевих бюджетів – оздоровчих закладів для дітей та молоді – санаторно-курортних закладів для дітей – державних навчальних закладів, що частково фінансуються з державного бюджету, та навчальних закладів, що фінансуються з місцевого бюджету – торговельних об'єктів з продажу книг, газет і журналів, виданих українською мовою – відділень банків на площі, що використовується для здійснення платежів за житлово-комунальні послуги – суб'єктів господарювання, що здійснюють побутове обслуговування населення	5
22. Розміщення: – їдалень, буфетів, які не здійснюють продаж товарів підакцизної групи, у навчальних закладах та військових частинах – громадських вбиралень – камер схову – видавництв друкованих засобів масової інформації та видавничої продукції, що видаються українською мовою	4

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
19. Проведення виставок образотворчої та книжкової продукції, виробленої в Україні	7
20. Розміщення: – їдалень, буфетів, які не здійснюють продаж товарів підакцизної групи – фірмових магазинів вітчизняних промислових підприємств-товаровиробників, крім тих, що виробляють товари підакцизної групи – об'єктів поштового зв'язку на площі, що використовується для надання послуг поштового зв'язку – суб'єктів господарювання, що надають послуги з перевезення та доставки (вручення) поштових відправлень – торговельних об'єктів з продажу поліграфічної продукції та канцтоварів, ліцензованої відео– та аудіопродукції, що призначається для навчальних закладів	6
21. Розміщення: – державних та комунальних закладів охорони здоров'я, що частково фінансуються за рахунок державного та місцевих бюджетів – оздоровчих закладів для дітей та молоді – санаторно-курортних закладів для дітей – державних навчальних закладів, що частково фінансуються з державного бюджету, та навчальних закладів, що фінансуються з місцевого бюджету – торговельних об'єктів з продажу книг, газет і журналів, виданих українською мовою – відділень банків на площі, що використовується для здійснення платежів за житлово-комунальні послуги – суб'єктів господарювання, що здійснюють побутове обслуговування населення	5
22. Розміщення: – їдалень, буфетів, які не здійснюють продаж товарів підакцизної групи, у навчальних закладах та військових частинах – громадських вбиралень – камер схову – видавництв друкованих засобів масової інформації та видавничої продукції, що видаються українською мовою	4

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
23. Розміщення: – аптек на площі, що використовується для виготовлення ліків за рецептами – суб'єктів господарювання, що надають ритуальні послуги – майстерень художників, скульпторів, народних майстрів площею менш як 50 кв. метрів – органів місцевого самоврядування та їх добровільних об'єднань (крім асоціацій органів місцевого самоврядування із всеукраїнським статусом) – науково-дослідних установ, крім бюджетних	3
24. Розміщення: – аптек, які обслуговують пільгові категорії населення – організацій, що надають послуги з нагляду за особами з фізичними чи розумовими вадами – бібліотек, архівів, музеїв – дитячих молочних кухонь – торговельних об'єктів з продажу продовольчих товарів для пільгових категорій громадян	2
25. Розміщення: – закладів соціального захисту для бездомних громадян, безпритульних дітей та установ, призначених для тимчасового або постійного перебування громадян похилого віку та інвалідів – державних та комунальних позашкільних навчальних закладів (крім оздоровчих закладів для дітей та молоді) та дошкільних навчальних закладів – закладів соціального обслуговування для сімей, дітей та молоді, що утримуються за рахунок місцевого бюджету, зокрема центрів соціально-психологічної реабілітації дітей, соціальних гуртожитків для дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, соціальних центрів матері та дитини, центрів соціально-психологічної допомоги, центрів реабілітації дітей та молоді з функціональними обмеженнями, центрів для ВІЛ-інфікованих дітей та молоді	1
26. Розміщення транспортних підприємств з: – перевезення пасажирів	15
– перевезення вантажів	18

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
23. Розміщення: – аптек на площі, що використовується для виготовлення ліків за рецептами – суб'єктів господарювання, що надають ритуальні послуги – майстерень художників, скульпторів, народних майстрів площею менш як 50 кв. метрів – органів місцевого самоврядування та їх добровільних об'єднань (крім асоціацій органів місцевого самоврядування із всеукраїнським статусом) – науково-дослідних установ, крім бюджетних	3
24. Розміщення: – аптек, які обслуговують пільгові категорії населення – організацій, що надають послуги з нагляду за особами з фізичними чи розумовими вадами – бібліотек, архівів, музеїв – дитячих молочних кухонь – торговельних об'єктів з продажу продовольчих товарів для пільгових категорій громадян	2
25. Розміщення: – закладів соціального захисту для бездомних громадян, безпритульних дітей та установ, призначених для тимчасового або постійного перебування громадян похилого віку та інвалідів – державних та комунальних позашкільних навчальних закладів (крім оздоровчих закладів для дітей та молоді) та дошкільних навчальних закладів – закладів соціального обслуговування для сімей, дітей та молоді, що утримуються за рахунок місцевого бюджету, зокрема центрів соціально-психологічної реабілітації дітей, соціальних гуртожитків для дітей-сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, соціальних центрів матері та дитини, центрів соціально-психологічної допомоги, центрів реабілітації дітей та молоді з функціональними обмеженнями, центрів для ВІЛ-інфікованих дітей та молоді	1
26. Розміщення транспортних підприємств з: – перевезення пасажирів	15
– перевезення вантажів	18

Продовження табл. Г

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
27. Розміщення творчих спілок, громадських, релігійних та благодійних організацій на площі, що не використовується для провадження підприємницької діяльності і становить: – не більш як 50 кв. метрів	3
– понад 50 кв. метрів	7
28. Розміщення громадських організацій інвалідів на площі, що не використовується для провадження підприємницької діяльності і становить: – не більш як 100 кв. метрів	1
– понад 100 кв. метрів	7
28-1. Розміщення суб'єктів господарювання, що виготовляють рухомий склад міського електротранспорту	5
29. Інше використання нерухомого майна	15

Примітка. Орендні ставки для орендарів – вітчизняних юридичних і фізичних осіб, що є суб'єктами малого підприємництва, які провадять виробничу діяльність безпосередньо на орендованих виробничих площах (крім офісів), застосовуються з коефіцієнтом 0,7.

Продовження табл. Г

Використання орендарем нерухомого майна за цільовим призначенням	Орендна ставка, відсотків
27. Розміщення творчих спілок, громадських, релігійних та благодійних організацій на площі, що не використовується для провадження підприємницької діяльності і становить: – не більш як 50 кв. метрів	3
– понад 50 кв. метрів	7
28. Розміщення громадських організацій інвалідів на площі, що не використовується для провадження підприємницької діяльності і становить: – не більш як 100 кв. метрів	1
– понад 100 кв. метрів	7
28-1. Розміщення суб'єктів господарювання, що виготовляють рухомий склад міського електротранспорту	5
29. Інше використання нерухомого майна	15

Примітка. Орендні ставки для орендарів – вітчизняних юридичних і фізичних осіб, що є суб'єктами малого підприємництва, які провадять виробничу діяльність безпосередньо на орендованих виробничих площах (крім офісів), застосовуються з коефіцієнтом 0,7.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Ірина Володимирівна ГОЙ
Тетяна Павлівна СМЕЛЯНСЬКА

ПІДПРИЄМНИЦТВО

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Оригінал-макет підготовлено
ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 08.10.2012 р. Формат 60x84 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 20,7.

ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176
тел./факс 044-425-01-34
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4162 від 21.09.2011 р.

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

Ірина Володимирівна ГОЙ
Тетяна Павлівна СМЕЛЯНСЬКА

ПІДПРИЄМНИЦТВО

НАВЧАЛЬНИЙ ПОСІБНИК

Оригінал-макет підготовлено
ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»

Підписано до друку 08.10.2012 р. Формат 60x84 1/16.
Друк лазерний. Папір офсетний. Гарнітура Times New Roman.
Ум. друк. арк. 20,7.

ТОВ «Видавництво «Центр учбової літератури»
вул. Електриків, 23 м. Київ 04176
тел./факс 044-425-01-34
тел.: 044-425-20-63; 425-04-47; 451-65-95
800-501-68-00 (безкоштовно в межах України)

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру видавців,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 4162 від 21.09.2011 р.