




ЗАСАДИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Навчальний
посібник



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙ

ЗАСАДИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

Київ – 2018

Рекомендований до друку Вченою радою Державного університету телекомунікацій,
протокол № 22 від 16 квітня 2018 року

Рецензенти:

Смерічевська С.В., доктор економічних наук, професор
професор кафедри логістики Національного авіаційного університету;
Вотченікова О.В., кандидат технічних наук,
доцент кафедри товарознавства та комерційної діяльності в будівництві
Національного університету будівництва та архітектури;
Стецюк П.А., доктор економічних наук, професор
професор кафедри менеджменту Державного університету телекомунікацій.

Гусева О.Ю., Легомінова С.В., Воскобоева О.В., Ромащенко О.С. Засади відкриття
власного бізнесу: навчальний посібник. Київ: Державний університет телекомунікацій,
2018. 148с.

У навчальному посібнику розкриті ключові питання створення, функціонування
підприємств. Ґрунтовно висвітлені засади та організаційно-правові форми існування бізнесу
в Україні, нормативно-правове забезпечення підприємницької діяльності, охарактеризовані
види та форми підприємств.

Акцентовано увагу на проблемах інвестування підприємництва та оцінки економічної
ефективності інвестицій, інноваційної діяльності, оцінки фінансово-економічних результатів
діяльності підприємства, розвитку успішних сучасних форм бізнесу.

Навчальний посібник відповідає структурі та змісту програми курсу «Засади
відкриття власного бізнесу» та призначений для студентів вищих навчальних закладів III-IV
рівнів акредитації усіх форм навчання і напрямів підготовки, а також для викладачів,
аспіратів, менеджерів, підприємців.

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	4
Тема 1. Особливості організації бізнесу в сучасних умовах у розрізі типових бізнес-процесів	5
Тема 2. Обґрунтування організаційно-правових форм підприємств для реалізації бізнес-ідеї	13
Тема 3. Правові засади здійснення підприємницької діяльності в Україні	28
Тема 4. Фінансово-економічні аспекти створення та функціонування підприємств	40
Тема 5. Основи фандрайзингу (пошук джерел фінансування) підприємств	56
Тема 6. Основи економіки та ключові показники діяльності підприємства	69
Тема 7. Основи бізнес-планування на підприємствах в умовах динамічного бізнес-середовища	88
Тема 8. Сучасний інструментарій та ІТ-підтримка ведення бізнесу	98
Тема 9. Дієві інструменти сучасного маркетингу підприємств	107
Практичні рекомендації	121
Теми рефератів	144
Література	145

ПЕРЕДМОВА

Успішна підготовка бізнес-лідерів, кваліфікованих і компетентних за різними напрямками економічної діяльності передбачає набуття знань про головні аспекти процесу створення та розвитку власного підприємства.

Матеріал методичних рекомендацій сприятиме реалізації таких завдань:

- сформувані у слухачів глибоке розуміння господарських процесів, що відбуваються під час створення та розвитку власного бізнесу;
- закріпити і спрямувати у практичне русло комплекс економічних знань, здобутих з інших навчальних дисциплін загальноекономічного характеру;
- забезпечити засвоєння сучасних досягнень теорії і практики створення й управління розвитком підприємства як відкритого соціально-економічного утворення;
- сформувані здатність самостійно мислити, визначати й діагностувати господарські процеси та проблеми, приймати ефективні управлінські рішення;
- сформувані здатність проводити комплексні розрахунки з метою обґрунтування управлінських рішень, бізнес-проектів і виявлення резервів підвищення ефективності господарської діяльності новоствореної компанії;
- забезпечити засвоєння засад організації господарської діяльності підприємств, бізнес-проектування, маркетингових досліджень, фінансового аналізу, нівелювання економічних ризиків.

Використовуючи методичні рекомендації, користувачі вмітять:

- реалізовувати бізнес-ідею створення власного підприємства з метою формування лідерських позицій на ринку;
- формувати портфель лідерських якостей підприємця для успішного ведення бізнесу;
- виокремлювати основні етапи процесу створення підприємства, вирізняти організаційно-правові форми та здійснювати обґрунтований вибір напрямів їх діяльності;
- визначати орієнтири і тенденції розвитку ринку, галузі, підприємств і продукції, що виробляється;
- розробляти плани розвитку власного бізнесу та інноваційно-інвестиційні проекти різних напрямків;
- обґрунтовувати загальні тактичні і стратегічні управлінські рішення за різними аспектами господарської діяльності новоствореної компанії;
- оцінювати економічну ефективність проектів і визначати передумови їх реалізації;
- доводити доцільність і обов'язковість використання бізнес-планів як надійного фінансово-економічного інструменту розвитку сучасного бізнесу;
- проводити бізнес-діагностику та визначати результативність діяльності суб'єктів господарювання;
- оцінювати та нівелювати рівень ризиків та економічної ефективності новоствореного бізнесу;
- визначати напрями та обґрунтовувати загальний механізм здійснення соціальної відповідальності ведення успішного бізнесу.

ТЕМА 1. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ У РОЗРІЗІ ТИПОВИХ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ



- 1. Сутність та особливості типових бізнес-процесів сучасного підприємства**
- 2. Принципи та етапи обґрунтування бізнес-ідеї щодо відкриття власного бізнесу**
- 3. Поняття «старт-апу» як вихідної платформи інноваційних бізнес-ідей**
- 4. Приклади оригінальних бізнес-ідей, які були вдало реалізовані в Україні (світі)**

1. Сутність та особливості типових бізнес-процесів сучасного підприємства

Бізнес-процес –

це сукупність різних видів діяльності, в межах якої «на вході» використовується один або декілька ресурсів, а в результаті цієї діяльності «на виході» створюється продукт, що має цінність для споживача.

**мають внутрішніх
і зовнішніх
користувачів**

**Риси
бізнес
процесів**

**діють у середині
підрозділів
компанії, а також
між різними
організаціями**

**засновані на
способі виконання
робіт, властивому
тій або іншій
організації**

Класифікація бізнес-процесів

Основні бізнес-процеси

- утворюють додану вартість продукту (послуги)
- створюють продукт, що представляє цінність для клієнта
- формують такий результат, за який клієнт готовий платити гроші
- сфокусовані на отриманні прибутку.

Допоміжні бізнес-процеси

- направлені на надання необхідних внутрішніх продуктів, внутрішніх послуг для напрямів бізнесу
- забезпечують функціонування інфраструктури компанії

Бізнес-процеси розвитку

- націлені на отримання прибутку в довгостроковій перспективі
- забезпечують не організацію поточної діяльності, а розвиток або вдосконалення діяльності компанії в перспективі

Процеси управління

- націлені на управління всіма трьома попередніми групами

**Методи
удосконалення
бізнес-процесів**

Короткострокові

Метод швидкого аналізу

Метод ідеалізації

Статистичне управління

**Аналіз робочих
осередків**

**Структуризація функції
якості**

Перепроєктування

Спрощення

Бенчмаркінг

Реінжінірінг

Довгострокові



2. Принципи та етапи обґрунтування бізнес-ідеї щодо відкриття власного бізнесу

Три основні ознаки бізнес-ідеї:

- Бізнес-ідея націлена на отримання комерційної вигоди;
- Бізнес-ідея спрямована на задоволення ринкових потреб;
- Бізнес-ідея має хоча б схематичний план реалізації.

Традиційна бізнес-ідея

це спосіб отримання прибутку на традиційних ринках з використанням загальновідомих технологій, товарів, послуг і націлений на задоволення вже існуючих потреб ринку.

Інноваційна бізнес-ідея

це новий спосіб отримання прибутку з використанням новацій - нових технологій, товарів і послуг, часто ініціюють створення нових ринкових потреб і відкривають нові ринки.

Крок 1: Вивчення трьох найкращих ідей.

Питання	Ідея 1	Ідея 2	Ідея 3
1.Опишіть товар/послугу			
1.Виявите найбільш важливі риси цього товару/послуг			
1.Чим новий товар/послуга відрізняється від вже існуючих товарів/послуг?			
1.Хто потенційний клієнт?			
1.Наскільки великий ринок?			
1.Які тенденції ринку?			
1.За якими цінами ви збираєтеся подавати товар/послугу?			
1. Позначте уміння, знання й інструменти, що Вам знадобляться при реалізації цієї ідеї: Уміння Знання Інструменти/устаткування			
1.Приміщення, необхідне для роботи?			
1.Хто може Вам допомогти при реалізації ідеї?			
1.У скільки вам обійдеться почати бізнес?			
1.Якими фінансами ви реально володієте?			
1.Скільки грошей необхідно для того, щоб протриматися на плаву 1 – 2 роки?			
1.Який можливий ризик?			
1.Що ви збираєтеся робити для того, щоб спланувати і впровадити цю бізнес-ідею?			

Крок 2: Переваги і недоліки кожної ідеї.

	Переваги	Недоліки
Ідея 1		
Ідея 2		
Ідея 3		

Крок 3: Просівання можливостей.

Особистісні якості

Питання	
Чи володію я різними вміннями (менеджерськими, технічними), необхідними для даного бізнесу? Якщо ні, то де їх взяти?	
Я натхнений цією ідеєю?	
Я готовий працювати заради неї позаурочно?	
Чи підтримає мене моя родина?	
Чи гармоніює ця ідея моїм способом життя, бажаннями?	

Ринкові умови

Питання	
Який мій потенціальний цільовий ринок?	
Які основні характеристики, відносно віку, рівня доходів, запитів тощо?	
Яка величина потенційного цільового ринку? Яку частку ринку я завоюю?	
Чи існує потреба в моєму товарі/послузі? Чи збережеться ця потреба потім?	
Чи доступні потрібні постачальники?	
Де знаходяться мої клієнти, як я буду їх обслуговувати?	
Чи відповідають мої ціни потенційному цільовому ринкові?	
Як рекламувати новий продукт? Використовувати той же рекламний простір, що використовують мої конкуренти?	
Чи викликає фізичне місцезнаходження мого бізнесу на продажі мого товару/послуги?	

Конкуренти

Питання	
Хто мої конкуренти?	
Як багато конкурентів на ринку?	
Які конкурентоздатні переваги має мій товар або послуга?	

Технологія

Питання

Чи перевірена технологія?

Чи може вона застаріти (як друкарські машинки)?

Чи доступне устаткування для виробництва цього продукту? Чи можна адаптувати існуюче устаткування?

Ризик

Питання

Бізнес-ідея законна і припустима?

Легко її впровадити?

Чи високий ризик упровадження цієї бізнес-ідеї?

Чи легко адаптувати цю бізнес-ідею?

Життєздатність

Питання

Чи прийнятні первісні витрати?

Який строк окупності (2-3 роки, чи більше)?

Чи може ідея бути прибутковою?

Чи перевершує передбачуваний дохід припустимий ризик?

Чи враховані наступні витрати: легалізація, машини й устаткування, офісне обладнання, дослідження, маркетингові й рекламні витрати?

Крок 4: Матриця просівання ідей.

	Питання	Ідея 1					Ідея 2					Ідея 3				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Особисті якості	1. Чи дуже Ви зацікавлені у здійсненні цього виду бізнесу?															
	2. Чи маєте Ви необхідні знання й уміння для того, щоб почати бізнес?															
Ринкові умови	3. Ринок товарів/послуг зростає.															
	4. Маркетинговий потенціал великий.															
	5. Необхідні матеріали легко дістати.															
	6. Ідея не має потреби в широкій рекламі															
Конкуренти	7. Бізнес-ідея має ряд переваг перед конкурентами.															
Технологія	8. Технологія випробувана і доступна.															
Ринок	9. Ідея легальна і прийнята.															
	10. Бізнес-ідея адаптована.															
	11. Ризик початку бізнесу невисокий.															
	12. Бізнес почати легко.															
Життєздатність	13. Початкові витрати прийнятні.															
	14. Ви можете знайти вихідні фінанси.															
	15. Строк окупності (2-3 роки)															
	Результат															
	Максимальний результат															

1 – не згодний; 2 – сумніваюся; 3 – можливо; 4 – швидше за все; 5 – згодний

3. Поняття «старт-апу» як вихідної платформи інноваційних бізнес-ідей


START UP

«запускати» і означає щойно створену або що ще знаходиться в процесі створення компанію.

«Старт-апом» - компанії, які збираються запропонувати споживачам інноваційні товари і послуги, але в даний час знаходяться в процесі пошуку підходящих бізнес-технологій та фінансової підтримки.







**«Успішні копії» -
вітчизняні проекти,
які в деякій мірі є
клонами зарубіжних
(соціальні мережі)**

**«Агресивні
прибульці» -
орієнтовані на
захоплення якогось
сегмента ринку і
вигнання з нього
конкуруючих
компаній.**

**Види
«старт-апів»:**

**«Темні конячки»
перспективи яких
не ясні зважаючи
на їх новаторства.**

Етапи розвитку «старт-апу»:

Посівний
Pre-Seed
stage.

Запуск
Startup
Stage.

Зростання
Growth
Stage.

Розши-
рення
Expansion
Stage.

Вихід
Exit Stage

ТЕМА 2: ОБҐРУНТУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ БІЗНЕС-ІДЕЇ



1. Типологія організаційно-правових форм підприємств в Україні.

2. Особливості функціонування товариств з обмеженою відповідальністю в Україні.

3. Особливості функціонування акціонерних товариств в Україні.

4. Особливості створення ФОП (фізичних осіб-підприємців в Україні) як альтернативного початку власного бізнесу

1. Типологія організаційно-правових форм підприємств в Україні.

Організаційно-правова форма (ОПФ)— це сукупність ознак, що дає комплексну характеристику відносин, що виникають з приводу створення, функціонування та ліквідації суб'єкта підприємницької діяльності та істотно відрізняють цю групу юридичних осіб від усіх інших.



ЩО ВИЗНАЧАЄ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВА ФОРМА

1

**КІЛЬКІСТЬ
ЗАСНОВНИКІВ
ПІДПРИЄМСТВА**



2

**РОЗМІР І ФОРМИ
СТАТУТНОГО
КАПІТАЛУ
ПІДПРИЄМСТВА**



3

**РІВЕНЬ ВІДПОВІ-
ДАЛЬНОСТІ ПО
БОРГАМ
ПІДПРИЄМСТВА**



4

**ПРИНЦИПИ
РОЗПОДІЛУ
ПРИБУТКУ
ПІДПРИЄМСТВА**



Ознаки, що відрізняють одну організаційну форму від інших

Джерела майна господарської діяльності

Спосіб розподілу прибутків і збитків

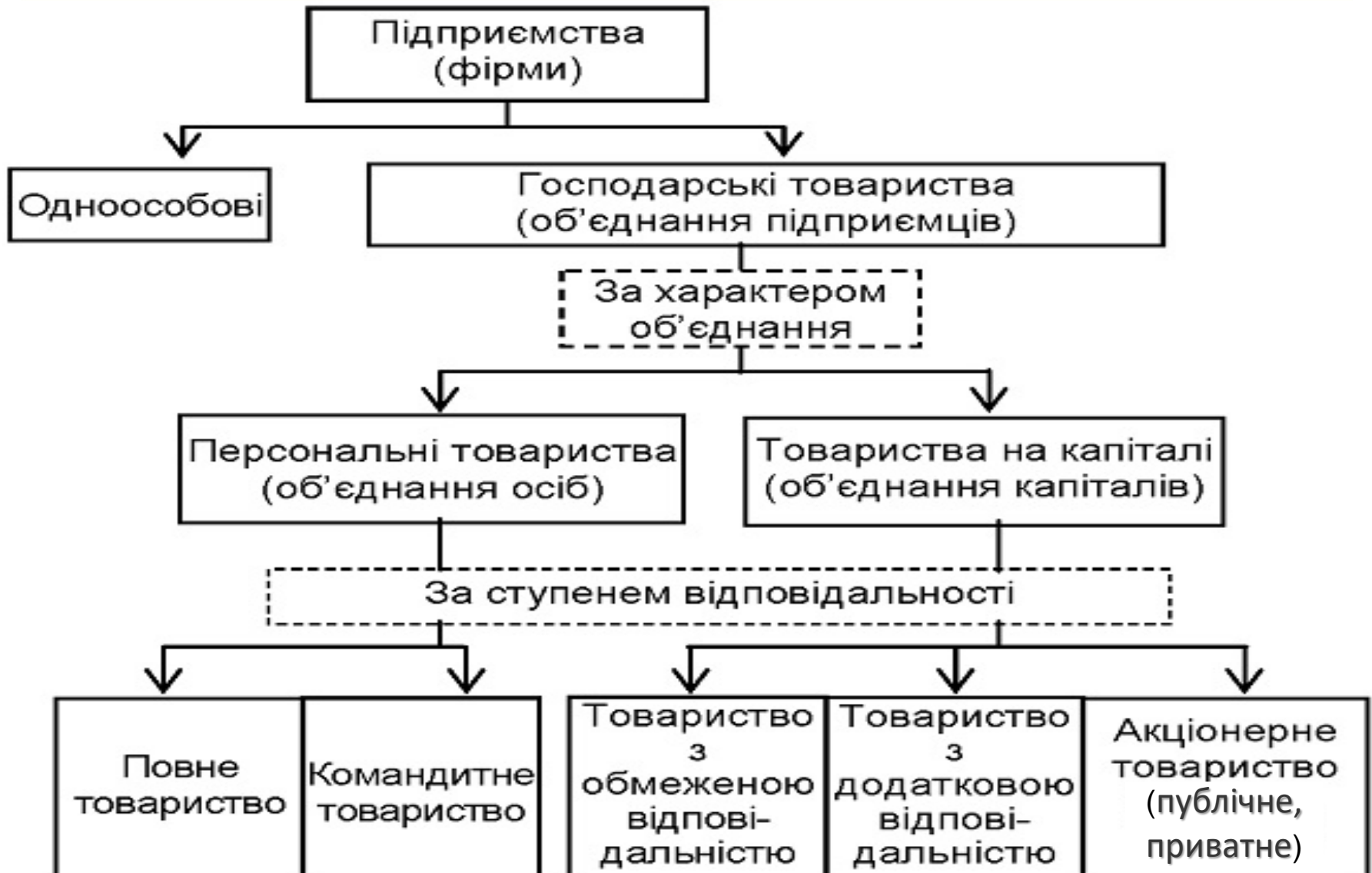
Форма управління суб'єктом господарювання

Кількість учасників створюваного господарюючого суб'єкта

Хто є власником капіталу

Межі майнової відповідальності

ТИПОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИХ ФОРМ



Право на вибір ОПФ є складовою принципу свободи підприємницької діяльності.

Це означає, що суб'єкти під час заснування підприємства (господарської організації) самостійно вирішують питання, пов'язані з вибором його організаційно-правової форми.

Утім свобода вибору організаційно-правової форми, як й інші прояви свободи підприємницької діяльності,
не є безмежною.

У багатьох випадках чинне законодавство визначає, в яких організаційно-правових формах може здійснюватися той чи інший вид господарської діяльності.

Чинники, що визначають організаційні форми підприємництва

Цілі, які ставить перед собою підприємець (група підприємців)

Рівень відповідальності по боргам

Управлінські здібності підприємця чи менеджерів

Потреби у фінансових коштах

Передбачувана тривалість існування підприємства

Можливості зміни власника

Системи Оподаткування



Підприємство

це 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 в порядку, передбаченому законодавством.

не має у
своєму
складі інших
юридичних
осіб

має
відокремлене
майно,
самостійний
баланс, рахунки
в установах
банків та може
мати печатки

ПІДПРИЄМСТВО
як організаційна
форма
господарювання

створюється
здійснення
підприємництва
та для
некомерційної
господарської
діяльності

має рівні
права та
обов'язки

діє на
основі
статуту

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

УНІТАРНІ ПІДПРИЄМСТВА

1 ЗАСНОВНИК



КОРПОРАТИВНІ ПІДПРИЄМСТВА

2 та > ЗАСНОВНИКІВ



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 призначається (обирається) засновником (наглядовою радою такого підприємства у разі її утворення), керує підприємством і формує його трудовий колектив на засадах трудового найму, вирішує питання реорганізації та ліквідації підприємства.



Корпоративне підприємство

створюється, 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.

Залежно від форми власності, в Україні діють

- приватне підприємство;
- комунальне підприємство;
- державне підприємство;
- підприємство колективної власності;
- підприємство, засноване на змішаній формі власності.

2. Особливості функціонування товариств з обмеженою (ТОВ) відповідальністю в Україні.

Товариство (партнерство) –

це підприємство, організація або установа, створені на основі **угоди** двох чи більше окремих осіб (у тому числі юридичних) шляхом об'єднання їхнього майна та підприємницької діяльності.

Об'єднуючи свої фінансові ресурси і зобов'язання вести справу, партнери таким чином розподіляють ризик, а також прибутки і збитки.



Створити ТОВ на загальній системі оподаткування буде нескладно, якщо озброїтися відповідними знаннями.



Ознаки товариства (партнерства)

1.

- Об'єднання партнерів (співвласників)

2.

Капітал обмежений майном фірми та достатком партнерів, їх спроможністю

3.

Власники несуть необмежену відповідальність за всі зобов'язання товариства

4.

Партнерство об'єднює підприємців, що прагнуть до збільшення фінансових можливостей і готові до співпраці

Переваги товариств:



Простота організації



Дозволяє залучити додаткові кошти
(одержати кредити)



Кожен партнер вносить нові ідеї



Відносно низькі організаційні витрати



Відсутність спеціальних податків

Види товариств

Товариством з
обмеженою
відповідальністю

Товариство з
додатковою
відповідальністю

Повне товариство

Командитне
товариство

Товариством з обмеженою відповідальністю

визнається товариство, учасники якого несуть відповідальність за свою господарську діяльність у межах їх внесків (у вигляді майна, грошей, продуктів інтелектуальної власності та ін.).

Товариство з додатковою відповідальністю

підприємство, партнери якого відповідають за його зобов'язаннями перед кредиторами своїми внесками до статутного фонду, а при недостатності цих сум - додатково належним їм майном у однаковому для всіх учасників кратному розмірі. Граничний розмір відповідальності партнерів зазначається в статутних документах.

Повне

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

Командитне товариство

підприємство, що поряд з одним або більшістю учасників, які несуть відповідальність за зобов'язаннями товариства всім своїм майном, включає також одного або більше учасників, відповідальність яких обмежується вкладом у майні товариства.

ОСОБЛИВОСТІ ТОВАРИСТВ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ

1

Засновником є одна особа, але законодавством передбачено обмеження щодо максимальної кількості учасників ТОВ — не більше 100 осіб.

2

ТОВ не може мати єдиним учасником інше господарське товариство, учасником якого є одна особа.

3

Статутний капітал ТОВ може становити навіть 1 грн., але при цьому вклади мають бути внесені всіма засновниками.

4

Вкладом до статутного капіталу ТОВ можуть бути гроші, цінні папери, інші речі або майнові чи інші відчужувані права, що мають грошову оцінку, якщо інше не встановлено законом.

3. Особливості функціонування акціонерних товариств в Україні.

Акціонерне товариство

це товариство, статутний капітал якого поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості.

Акціонерні товариства створюються з метою швидкого накопичення коштів, необхідних для здійснення господарської діяльності.

Для цього товариство випускає в обіг цінні папери — акції, з коштів від продажу яких і створюється статутний капітал акціонерного товариства.

Ознаки акціонерних товариств

1.

- Власниками є акціонери, вклади яких засвідчують акції

2.


Функцію контролю поділена між акціонерами-власниками акцій і менеджерами

3.

Власник несе обмежену відповідальність у межах свого внеску в капітал

4.

Прибуток належить акціонерам (одна частина у вигляді дивідендів, друга – прибуток для подальшого інвестування)



Учасники акціонерного товариства (акціонери) не відповідають за зобов'язаннями товариства і несуть ризик збитків, пов'язаних з його діяльністю, в межах вартості набутих ними акцій.


Статутний капітал акціонерного товариства не може бути меншим суми, **еквівалентної 1250 мінімальним заробітним платам** (ч. 4 ст. 24 Закону "Про господарські товариства").

На 2017 рік це 4 000 000 грн

Вищим органом акціонерного товариства є загальні збори акціонерів, у яких мають право брати участь усі його акціонери незалежно від кількості і виду акцій, що їм належать.

При голосуванні на загальних зборах кожний акціонер має таку кількість голосів, якою кількістю акцій він володіє.

В акціонерному товаристві може бути створена наглядова рада акціонерного товариства, яка здійснює контроль за діяльністю його виконавчого органу та захист прав акціонерів товариства.



Виконавчим органом акціонерного товариства, який здійснює керівництво його поточною діяльністю, є правління або інший орган, визначений статутом.

Виконавчий орган акціонерного товариства може бути колегіальним (правління, дирекція) чи одноособовим (директор, генеральний директор).

Виконавчий орган вирішує всі питання діяльності акціонерного товариства, крім тих, що віднесені до компетенції загальних зборів і наглядової ради товариства.

Виконавчий орган є підзвітним загальним зборам акціонерів і наглядовій раді акціонерного товариства та організовує виконання їхніх рішень.



Акція (від лат. "action" - цінний папір) це вид цінного паперу без встановленого терміну обігу, який свідчить про пайову участь у статутному фонді акціонерного товариства і дає право на участь в управлінні підприємством, на отримання прибутку у формі дивіденду і розподілу майна у разі ліквідації акціонерного товариства.

Частина доходу, виплачувана власникові акцій, називається **дивідендом** (від лат. "dividendus" - той, що підлягає поділу).



Недоліки акціонерних товариств:

Організувати корпорацію дуже важко та дорого, потрібна допомога юристів

Сплата спеціальних податків (податок на прибуток корпорації, податок на прибуток акціонерів)

Можливе виникнення суперечностей між акціонерами та менеджерами

Надання інформації про свій фінансовий стан всім зацікавленим особам

4. Особливості створення ФОП (фізичних осіб-підприємців) як альтернативного початку власного бізнесу

Право на здійснення підприємницької діяльності, яку не заборонено законом, має фізична особа з повною цивільною дієздатністю.

Підприємницька діяльність депутатів, посадових і службових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування обмежується законом.



Громадянин-підприємець здійснює свою діяльність на засадах:

- вільного вибору видів підприємницької діяльності;
- самостійного формування 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 працівників;
- комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
- вільного розпорядження прибутком;
- самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності.

Громадянин може здійснювати підприємницьку діяльність:

- **безпосередньо як підприємець;**
- **із залученням або без залучення найманої праці;**
- **самостійно або спільно з іншими особами.**



ВИСНОВКИ: Порівняння організаційних форм

	Одноосібне володіння	Товариство (ТОВ, ТПВ тощо)	Акціонерне товариство
1) Кількість учасників (власників)	Один власник (індивідуальний бізнес)	Декілька осіб домовляються про володіння та управління (спільна власність)	Незалежна юридична особа – підприємство, засноване на акціонерній власності
2) Управління	За бажанням власника	За згодою партнерів	Загальні збори акціонерів
3) Майнова відповідальність	Повна майнова відповідальність	Кожен партнер несе відповідальність за борги товариства	Обмежена майнова відповідальність (внески в акції)
4) Джерела майна	Кошти та ресурси безпосередньо власника (зовнішнє джерело-кредит)	Капітал обмежений спроможністю партнерів	Капітал в акціях, прибуток, банківські кредити
5) Розподіл прибутку	Індивідуальний дохід	Між учасниками	Дивіденди акціонерів, прибуток корпорації
6) Припинення діяльності	За бажанням власника	За згодою партнера або при виході одного з партнерів – нова угода	Термін дії не обмежений

ТЕМА 3: ПРАВОВІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ




- 1. Огляд актуальних правил реєстрації та ведення бізнесу в Україні**
- 2. Етапи подання й отримання документів на реєстрацію підприємства, внесення у Єдиний державний реєстр, плата за реєстрацію**
- 3. Приклади типових обов'язкових документів новоствореного підприємства**

1. Огляд актуальних правил реєстрації та ведення бізнесу в Україні

Основні принципи державної реєстрації:

- 1) **обов'язковості** державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі;
- 2) **публічності** державної реєстрації в Єдиному державному реєстрі та документів, що стали підставою для її проведення;
- 3) **врегулювання відносин**, пов'язаних з державною реєстрацією, та особливостей державної реєстрації виключно Законом України “Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань”;



Основні принципи державної реєстрації:

- 5) **єдності методології** державної реєстрації;
- 6) **об'єктивності, достовірності та повноти** відомостей у Єдиному державному реєстрі;
- 7) **внесення відомостей до Єдиного державного реєстру виключно на підставі та відповідно Закону України “Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань”;**
- 8) **відкритості та доступності** відомостей Єдиного державного реєстру.

Державним реєстратором може бути

- громадянин України,
- який має вищу освіту,
- відповідає кваліфікаційним вимогам, визначеним Міністерством юстиції України,
- та перебуває у трудових відносинах з суб'єктом державної реєстрації (крім нотаріусів),
- та нотаріус.

- **Єдиний державний реєстр** створюється з метою забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту **достовірною інформацією** про юридичних осіб, громадські формування, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб - підприємців з Єдиного державного реєстру.
- Єдиний державний реєстр **ведеться державною мовою з використанням програмного забезпечення**, розробленого відповідно до державних стандартів, що забезпечує його сумісність і взаємодію з іншими інформаційними системами та мережами, що становлять інформаційний ресурс держави.



ДЕПАРТАМЕНТ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ТА НОТАРІАТУ

ПРО ДЕПАРТАМЕНТ

РЕГІОНИ

ПОСЛУГИ

РЕЄСТРИ

НОВИНИ

КОНТАКТИ

Для фізичних осіб

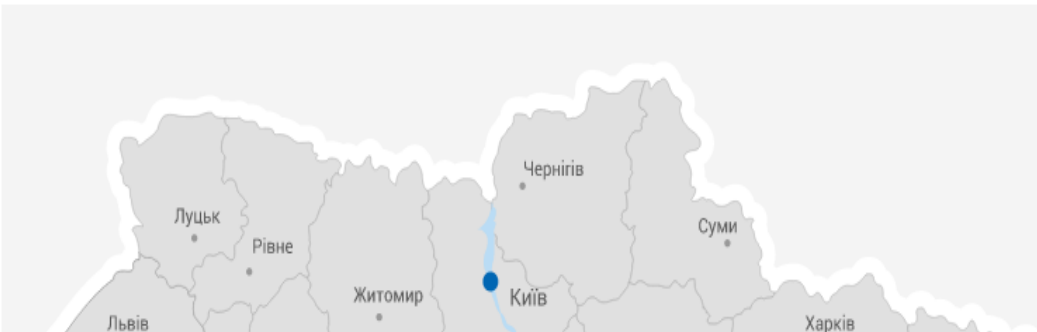
Для суб'єктів підприємницької діяльності

Для громадських формувань, друкованих ЗМІ та інформаційних агентств

! До уваги громадян:

Послуги

Реєстри



Новини:

24.02.2017
 Наказ Міністерства юстиції України від 23.02.2017 № 537/7 «Про проведення камеральної перевірки державного реєстратора Кривоозерської районної державної адміністрації Миколаївської області Самотуги Олександра Валерійовича»

24.02.2017
 Наказ Міністерства юстиції України від 23.02.2017 № 536/7 «Про проведення камеральної перевірки державного реєстратора – приватного нотаріуса Дніпровського міського нотаріального округу Петрушенської Інни Романівни»



ДЕПАРТАМЕНТ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ТА НОТАРІАТУ

ПРО ДЕПАРТАМЕНТ

РЕГІОНИ

ПОСЛУГИ

РЕЄСТРИ

НОВИНИ

КОНТАКТИ

Для фізичних осіб

Для підприємств

Послуги

- Реєстри**
- Єдиний державний реєстр юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань
 - Державний реєстр речових прав на нерухоме майно
 - Реєстр прав власності на нерухоме майно
 - Державний реєстр іпотек
 - Єдиний реєстр заборон відчуження об'єктів нерухомого майна

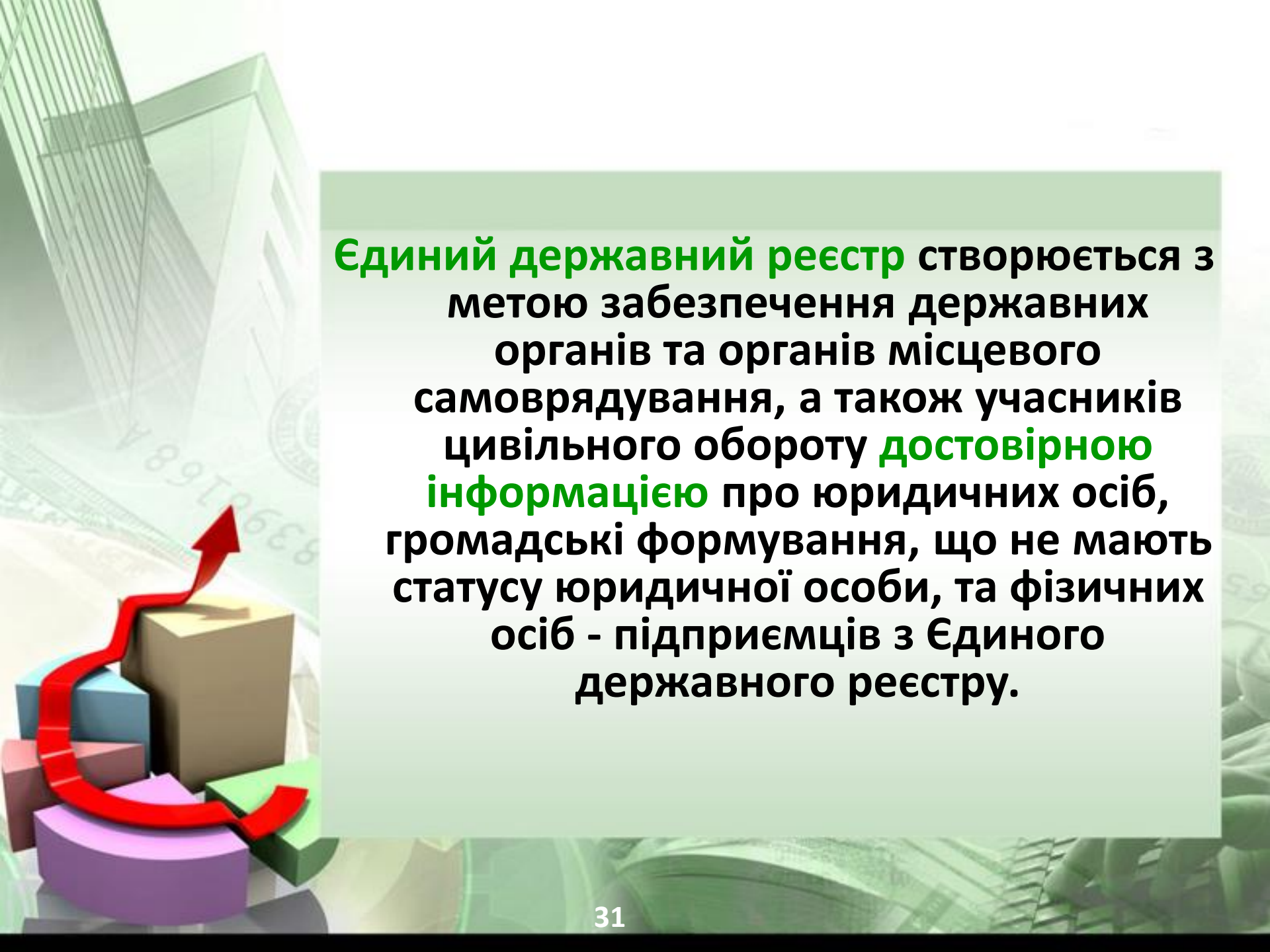
- Державний реєстр друкованих ЗМІ та Інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності
- Єдиний реєстр громадських формувань
- Реєстр громадських об'єднань
- Державний реєстр актів цивільного стану громадян



537/7 «Про проведення камеральної перевірки державного реєстратора Кривоозерської районної державної адміністрації Миколаївської області Самотуги Олександра Валерійовича»

24.02.2017

Наказ Міністерства юстиції України від 23.02.2017 № 536/7 «Про проведення камеральної перевірки державного реєстратора – приватного нотаріуса Дніпровського міського нотаріального округу Петрушенської Інни Романівни»



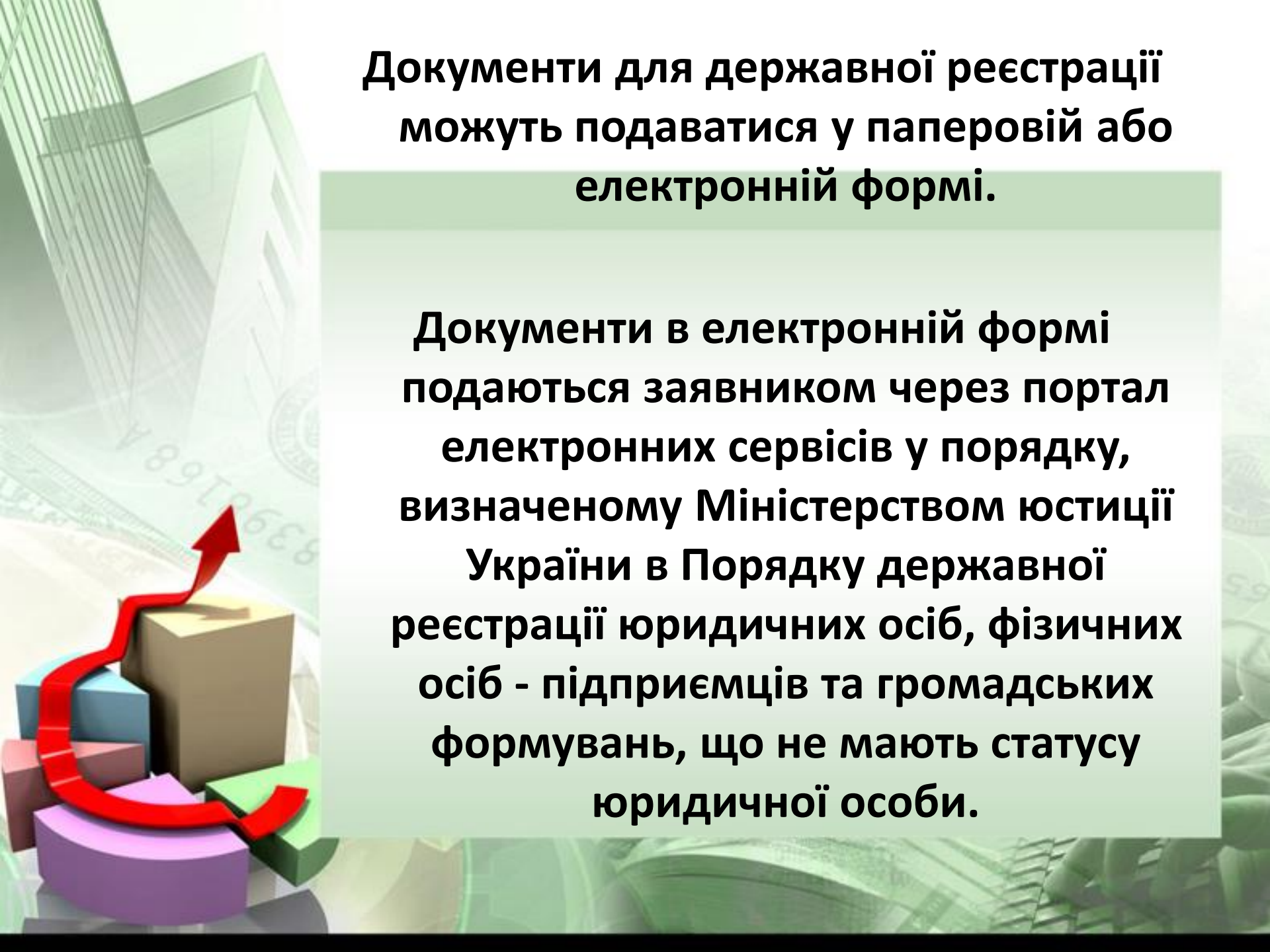
Єдиний державний реєстр створюється з метою забезпечення державних органів та органів місцевого самоврядування, а також учасників цивільного обороту **достовірною інформацією** про юридичних осіб, громадські формування, що не мають статусу юридичної особи, та фізичних осіб - підприємців з Єдиного державного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

- **Єдиний державний реєстр ведеться державною мовою з використанням програмного забезпечення, розробленого відповідно до державних стандартів, що забезпечує його сумісність і взаємодію з іншими інформаційними системами та мережами, що становлять інформаційний ресурс держави.**
- **До Єдиного державного реєстру не вносяться відомості, що становлять державну таємницю.**
- **Єдиний державний реєстр та його програмне забезпечення є об'єктом права державної власності.**

2. Етапи подання й отримання документів на реєстрацію підприємства, внесення у Єдиний державний реєстр, плата за реєстрацію


ПОРЯДОК ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ СПД

- I подання необхідних документів
- II розгляд поданих документів
- III прийняття рішення



**Документи для державної реєстрації
можуть подаватися у паперовій або
електронній формі.**

**Документи в електронній формі
подаються заявником через портал
електронних сервісів у порядку,
визначеному Міністерством юстиції
України в Порядку державної
реєстрації юридичних осіб, фізичних
осіб - підприємців та громадських
формувань, що не мають статусу
юридичної особи.**



У паперовій формі документи подаються особисто заявником або поштовим відправленням.

Документи в паперовій формі приймаються за описом, примірник якого в день їх надходження видається заявнику з відміткою про дату їх отримання та кодом доступу в той спосіб, відповідно до якого були подані документи.

Вимоги до оформлення документів

1

документи мають бути викладені державною мовою та додатково, за бажанням заявника, - іншою мовою (крім заяви про державну реєстрацію);

2

текст документів має бути написаний розбірливо (машинодруком або від руки друкованими літерами);

3

документи не повинні містити підчищення або дописки, закреслені слова та інші виправлення, орфографічні та арифметичні помилки, заповнюватися олівцем;

4

документи в електронній формі мають бути оформлені згідно з вимогами, визначеними законодавством;

5

заява про державну реєстрацію підписується заявником. У разі подання заяви про державну реєстрацію поштовим відправленням справжність підпису заявника повинна бути нотаріально засвідчена;

Вимоги до оформлення документів

6

рішення уповноваженого органу управління юридичної особи повинно бути оформлено з дотриманням вимог, встановлених законом, та відповідати законодавству.

7

рішення уповноваженого органу управління юридичної особи викладається у письмовій формі, прошивається, пронумеровується та підписується засновниками (учасниками), уповноваженими ними особами або головою та секретарем загальних зборів .

8

справжність підписів на такому рішенні нотаріально засвідчується, крім випадків, передбачених законом.

9

рішення про припинення юридичної особи має містити відомості про персональний склад комісії з припинення, її голову або ліквідатора, реєстраційні номери облікових карток платників податків або серію та номер паспорта про порядок та строк заяви кредиторами своїх вимог;

10

установчий документ викладається у письмовій формі, прошивається, пронумеровується та підписується засновниками (учасниками), уповноваженими ними особами або головою та секретарем загальних зборів

Вимоги до оформлення документів

11

Справжність підписів на такому рішенні нотаріально засвідчується, крім випадків, передбачених законом.

12

документи, видані відповідно до законодавства іноземної держави, повинні бути легалізовані в установленому законодавством порядку, якщо інше не встановлено міжнародними договорами;

13

документ, викладений іноземною мовою, повинен бути перекладений на державну мову із засвідченням вірності перекладу з однієї мови на іншу або підпису перекладача;

14

у разі якщо оригінали документів залишаються у справах державних органів, органів місцевого самоврядування, заявник подає копії документів, оформлені такими органами відповідно до законодавства.

15

Форми заяв про державну реєстрацію затверджуються Міністерством юстиції України.

Для державної реєстрації новоствореної юридичної особи

1

- заява про державну реєстрацію створення юридичної особи

2

- заява про обрання системи оподаткування;

3

- примірник оригіналу (нотаріально засвідчену копію) рішення засновників, рішення відповідного державного органу, про створення юридичної особи;

4

- документ про сплату адміністративного збору;

Для державної реєстрації фізичної особи - підприємця

1

- заява про державну реєстрацію фізичної особи підприємцем;

2

- заява про обрання системи оподаткування;

3

- нотаріально засвідчена письмова згода батьків - для фізичної особи, яка досягла шістнадцяти років але не має повної цивільної дієздатності

4

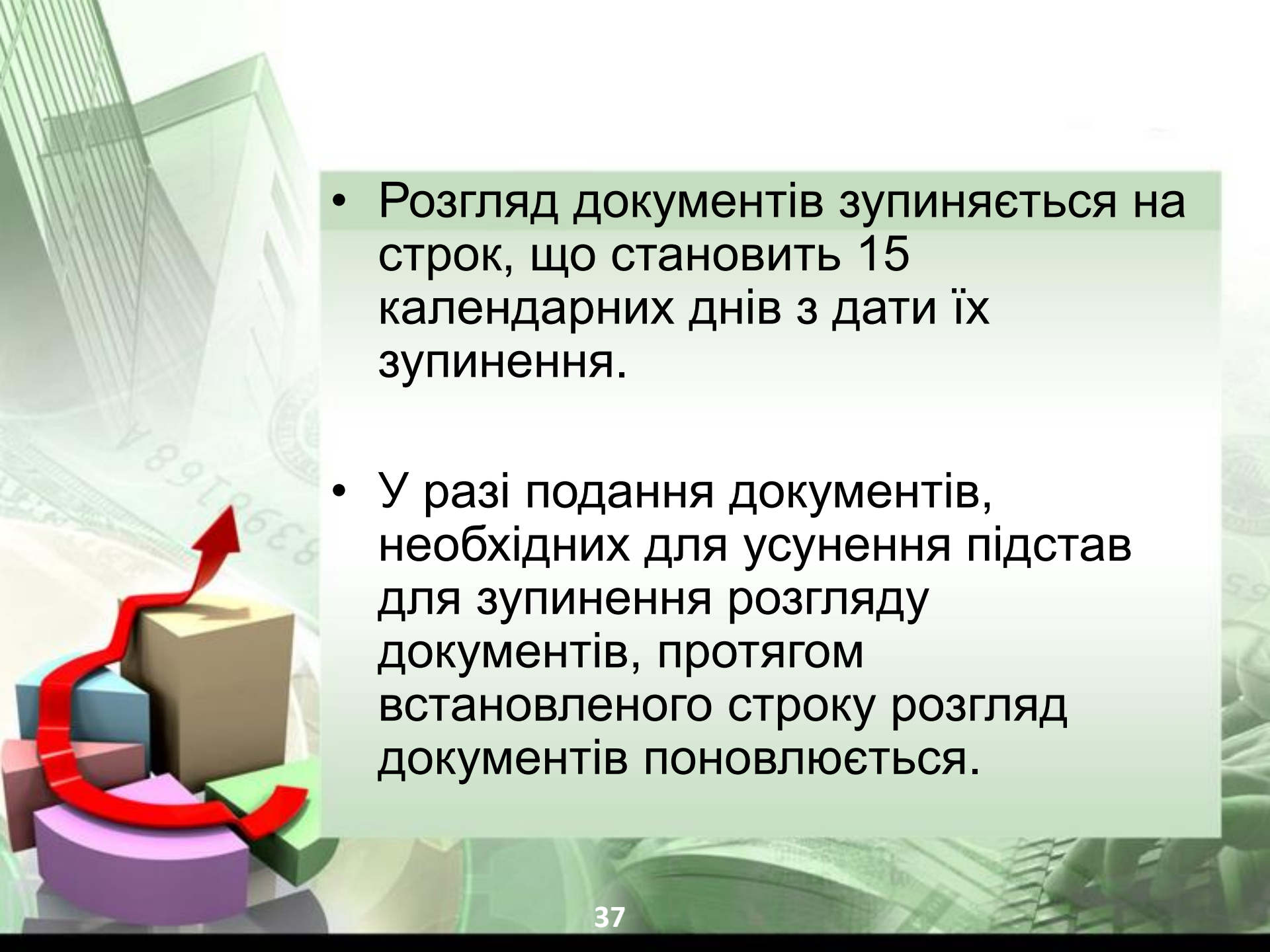
- заява про державну реєстрацію створення юридичної особи

РОЗГЛЯД ПОДАНИХ ДОКУМЕНТІВ

- Розгляд документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій щодо юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців здійснюється протягом 24 годин після надходження документів, поданих для державної реєстрації та проведення інших реєстраційних дій, крім вихідних та святкових днів
- Державна реєстрація може проводитися у скорочені строки. Підстави, порядок та розмір плати за проведення державної реєстрації у скорочені строки встановлюються Кабінетом Міністрів України.

Підстави для зупинення:

- подання документів або відомостей не в повному обсязі;
- невідповідність документів вимогам, встановленим законом;
- невідповідність відомостей;
- несплата адміністративного збору або сплата не в повному обсязі;
- подання документів з порушенням встановленого законодавством строку для їх подання.

- 
- Розгляд документів зупиняється на строк, що становить 15 календарних днів з дати їх зупинення.
 - У разі подання документів, необхідних для усунення підстав для зупинення розгляду документів, протягом встановленого строку розгляд документів поновлюється.

За результатами розгляду поданих документів приймається одне з рішень:

- Відмова у державній реєстрації
- Проведення реєстраційної дії

Відмова у державній реєстрації юридичної особи

ПІДСТАВИ

- документи подано особою,
яка не має на це повноважень;**
- у Єдиному державному реєстрі містяться відомості про
судове рішення щодо заборони проведення
реєстраційної дії;**
- не усунуто підстави для зупинення розгляду
документів протягом встановленого строку;**
- документи суперечать вимогам законодавства України;**
- порушено встановлений законом порядок створення
юридичної особи;**
- у Єдиному державному реєстрі містяться відомості про
припинення засновника;**
- найменування юридичної особи не відповідає вимогам
законодавства;**

Відмова у державній реєстрації фізичної особи - підприємця

ПІДСТАВИ

документи подано особою, яка не має на це повноважень;

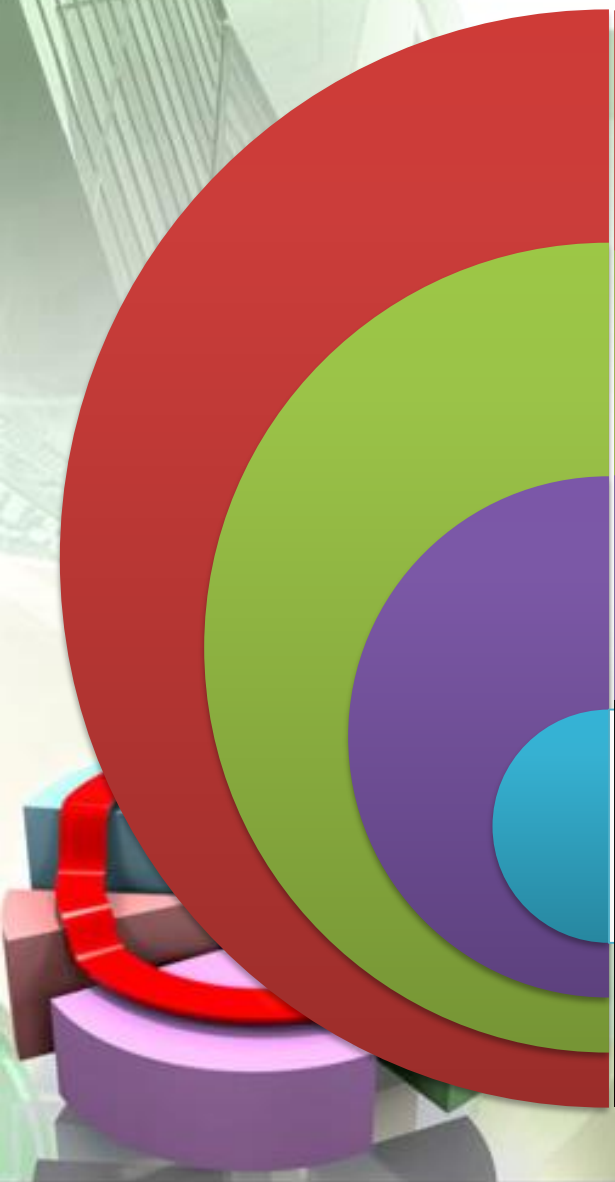
у Єдиному державному реєстрі містяться відомості про судові рішення щодо заборони у проведенні реєстраційної дії;

не усунуто підстави для зупинення розгляду документів протягом встановленого строку;

наявні обмеження на зайняття підприємницькою діяльністю, встановлені законом;

наявність в Єдиному державному реєстрі запису, що фізична особа вже зареєстрована як фізична особа - підприємець.

Проведення реєстраційної дії



внесення до Єдиного державного реєстру запису про державну реєстрацію створення суб'єкта підприємницької діяльності

державну реєстрацію відомостей про юридичну особу та фізичну особу - підприємця

формування реєстраційної справи в паперовій та електронній формі.

Суб'єкт державної реєстрації, який провів реєстраційну дію, протягом трьох робочих днів з дня її проведення надсилає документи, подані для проведення реєстрації, відповідному суб'єкту державної реєстрації, уповноваженому зберігати реєстраційні справи.

ТЕМА 4: ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ



- 1. Механізми забезпечення банківського обслуговування в Україні**
- 2. Види податків та зборів, які сплачують діючі підприємства в Україні (узагальнена схема існуючих податків та зборів з діючими ставками)**
- 3. Регламентні положення взяття підприємства на облік як платника податків та зборів (приклади типових документів)**
- 4. Визначення додаткових дозволів та ліцензій, які зможуть знадобитись підприємству для здійснення бізнесу (приклади типових документів)**


1. Механізми забезпечення банківського обслуговування в Україні



Для здійснення повсякденної господарської діяльності підприємства використовують **поточні (розрахункові) рахунки** в банківських установах. За їх допомогою підприємства мають змогу здійснювати безготівкові операції з грошовими коштами.

Розрахунковий рахунок являє собою унікальний номер, який привласнюється клієнтові в кредитній організації.

Він використовується для виконання операцій з грошовими коштами, як готівкою, так і безготівковими на користь клієнта банку або від його імені.



**ПРИКЛАД
НОМЕРУ
РОЗРАХУНОВОГО
РАХУНКУ**



Банківські реквізити:
р/р № 31259291186638
в ДКСУ в м. Київ, МФО 820172

Документи, копії яких необхідно надати, коли відкривається розрахунковий рахунок:

Заява на відкриття рахунку, підписана керіником.

Копія свідоцтва про держреєстрацію юридичної особи.

Копія установчого документу (статута, засновницького договору).

Копія довідки про внесення юридичної особи до ЄДРПОУ.

Копія довідки про взяття на облік у податковій інспекції.

Картка зі зразками підписів осіб та відтиском печатки підприємства.



Для юридичних осіб, що використовують працю найманих робітників пакет необхідних документів дещо розширюється:

1

- Копія довідки про реєстрацію юридичної особи у ПФУ, завірену робітником пенсійного фонду, нотаріусом або банківським службовцем.

2

- Копія страхового свідоцтва про реєстрацію у Фонді Соціального Страхування, завірену його представником або, нотаріусом або банківським службовцем.

Після подання необхідних документів укладається договір на розрахунково-касове обслуговування.

Дистанційне управління банківським рахунком



В умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій, стає дуже актуальним дистанційне управління банківськими рахунками через інтернет, або через інші засоби зв'язку.

Однією з найпоширеніших таких систем є система “Клієнт-банк”, завдяки якій можна управляти своїм банківським рахунком (робити грошові перекази, формувати банківські виписки), не виходячи з офісу. Для того, щоб почати використовувати таку можливість необхідно укласти з банком договір на обслуговування системи “Клієнт-банк”.



2. Види податків та зборів, які сплачують діючі підприємства в Україні

Системи оподаткування – загальна й спрощена.

При спрощеній системі підприємства можуть застосовувати три групи (1–3).

Порівняльна характеристика систем оподаткування проводиться за такими критеріями:

1

• Обмеження за обсягом виручки та кількістю працівників

2

• Обмеження за видами діяльності

3

• Порядок реєстрації платником податків

4

• Ставки податку

5

• Порядок сплати податку

6

• Порядок подання звітності

7

• Облік доходів та витрат

8

• Порядок застосування реєстраторів розрахункових операцій (РРО)

9

• Реєстрація платником ПДВ

10

• Оплата єдиного внеску

Податки підприємств

Загальна система оподаткування

Податок на прибуток 18%

ПДВ 20%

Виплати із зарплат

ЄСВ 22%

ПДФО 18%

Військовий збір

1,5%

від прожиткового мінімуму

не платник ПДВ

Спрощена система оподаткування

10% 1 група

20% 2 група

5% 3 група 3%

4 група

платник ПДВ

Порівняльні характеристики систем оподаткування приватних підприємців:

Система оподаткування	Обмеження за обсягом виручки й кількістю працівників
Загальна система	Немає обмежень
Єдиний податок перша група	Обсяг доходу протягом року не повинен перевищувати 300 000 грн. Можна працювати тільки самостійно без найманих працівників
Єдиний податок друга група	Обсяг доходу протягом року не повинен перевищувати 1,5 млн грн. У трудових відносинах із підприємцем одночасно може перебувати не більше ніж 10 осіб
Єдиний податок третя група	Обсяг доходу протягом року не повинен перевищувати 5 млн грн. Немає обмежень за кількістю працівників

Порядок реєстрації платником податків

Система оподаткування	Порядок реєстрації платником податків
Загальна система	<p>Орган ДФС самостійно здійснює взяття на облік підприємця не пізніше ніж наступного робочого дня від дня отримання відомостей від держреєстратора.</p> <p>Якщо підприємець не подав заяви про застосування спрощеної системи оподаткування, він автоматично вважається таким, що працює за загальною системою оподаткування.</p> <p>Ніяких заяв до податкової служби подавати не потрібно. Однак до часу, коли буде отримано дохід від підприємницької діяльності, потрібно зареєструвати в податковій інспекції Книгу обліку доходів і витрат, у якій буде вестися облік результатів господарської діяльності</p>

Система оподаткування	Порядок реєстрації платником податків
Перша й друга група	<p>Якщо підприємець бажає відразу після держреєстрації працювати за спрощеною системою, він може подати <u>заяву про застосування спрощеної системи оподаткування</u> першої (другої) групи безпосередньо держреєстраторові під час реєстрації підприємцем.</p> <p>Якщо він цього не зробив, то в місяці держреєстрації треба подати таку заяву до органу ДФС.</p> <p>Новостворений підприємець вважатиметься платником єдиного податку з 1-го числа місяця, що настає за місяцем, у якому відбулася держреєстрація.</p> <p>Підприємець, який бажає перейти на єдиний податок із загальної системи оподаткування, повинен подати заяву до органу ДФС не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку кварталу. Такий перехід можна здійснювати тільки один раз протягом календарного року.</p> <p>За бажанням зареєстрований єдинник може безкоштовно й безумовно отримати в податковій інспекції витяг із реєстру платників єдиного податку</p>

Система оподаткування	Порядок реєстрації платником податків
Єдиний податок третя група	<p>Якщо підприємець бажає відразу після держреєстрації працювати за спрощеною системою, він може подати заяву про застосування спрощеної системи оподаткування третьої групи безпосередньо держреєстраторові під час реєстрації підприємцем.</p> <p>Якщо він цього не зробив, потрібно протягом 10 днів після реєстрації подати заяву до органу ДФС.</p> <p>Він вважатиметься платником єдиного податку від дня його держреєстрації.</p> <p>Підприємці, які бажають перейти на єдиний податок з інших систем оподаткування, повинні подати заяву до органу державної податкової служби не пізніше ніж за 15 календарних днів до початку кварталу.</p> <p>За бажанням зареєстрований єдинник може безкоштовно й безумовно отримати в податковій інспекції витяг із Реєстру платників єдиного податку, подавши запит до податкової служби</p>

Ставки податку:

З чистого доходу підприємець сплачує податок на доходи за ставкою 18% та військовий збір за ставкою 1,5%.

Чистий дохід визначається як різниця між валовим доходом (виручкою) та витратами, безпосередньо пов'язаними з його отриманням.

Витрати обліковуються на підставі первинних документів. Перелік витрат визначено ст. 177 ПКУ

Загальна система

Ставки податку:

Перша група

Ставки єдиного податку встановлюються місцевими радами залежно від виду господарської діяльності в межах до 10% прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого на 1 січня звітного року з розрахунку на місяць.

Якщо підприємець здійснює кілька видів діяльності, податок сплачується за більшою ставкою.

Ще одна ставку в розмірі 15% отриманого доходу. Застосовується до таких доходів:

- суми перевищення обсягу доходу 300 000 грн;**
- доходу, отриманого від не зазначеної в реєстрі виду діяльності або забороненого виду діяльності;**
- доходу, отриманого із застосуванням негрошових форм розрахунку.**

Доходи, отримані на умовах роботи за єдиним податком, не включаються до складу загального річного оподаткованого доходу фізичної особи

Ставки податку:

Друга група

Ставки єдиного податку встановлюються місцевими радами залежно від виду господарської діяльності в межах до 20% мінімальної заробітної плати з розрахунку на місяць, установлені на 1 січня звітного року. Доплат податку за працівників не передбачено.

Якщо підприємець здійснює кілька видів діяльності, податок сплачується за більшою ставкою.

Передбачено ще одну ставку в розмірі 15% отриманого доходу. Вона застосовується до таких доходів:

- суми перевищення обсягу доходу 1,5 млн грн;**
- доходу, отриманого від не зазначеного в реєстрі виду діяльності або забороненого виду діяльності;**
- доходу, отриманого із застосуванням негрошових форм розрахунку**

Ставки податку:

Третя група

Можна застосовувати одну з двох ставок єдиного податку, які обчислюються у відсотках від доходу:

- 3% та сплата ПДВ відповідно до норм р. V НК;**
- 5% – якщо підприємець не є платником ПДВ.**

Передбачено ще одну ставку в розмірі 15% отриманого доходу.

Застосовується до таких доходів:

- суми перевищення обсягу доходу 5 млн грн;**
- доходу, отриманого від забороненого виду діяльності;**
- доходу, отриманого із застосуванням негрошових форм розрахунку**

3. Регламентні положення взяття підприємства на облік як платника податків та зборів (приклади типових документів)

ЗАГАЛЬНИЙ ПОРЯДОК СТВОРЕННЯ ТА РЕЄСТРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПЕРЕДБАЧАЄ 3 ЕТЕПИ:

1. ПРИЙНЯТТЯ РІШЕННЯ ПРО СТВОРЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДОРЕЄСТРАЦІЙНІ ПРОЦЕДУРИ

На цій стадії засновники майбутньої юридичної особи вирішують питання про:

- 1) Найменування юридичної особи;
- 2) Місцезнаходження
- 3) Розмір статутного фонду (капіталу), та як він буде розподілений між засновниками
- 4) Хто буде керівником юридичної особи

2. ПРОВЕДЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ РЕЄСТРАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Дата внесення до Єдиного державного реєстру запису про проведення державної реєстрації юридичної особи і є датою державної реєстрації юридичної особи

3. ПІСЛЯРЕЄСТРАЦІЙНІ ПРОЦЕДУРИ

- Реєстрація в органах статистики, отримання довідки з ЄДРПОУ
- Реєстрація у Державній податковій службі
- Реєстрація платником єдиного соціального внеску
- Виготовлення печатки

ДОРЕЄСТРАЦІЙНИЙ ПЕРІОД: З ЧИМ ТРЕБА ВИЗНАЧАТИСЬ?

1



ЯКОЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ БУДЕ ПІДПРИЄМСТВО (ТОВ, ПП, ПАТ...)

2



ЧИМ ЗАЙМАЄТЬСЯ ПІДПРИЄМСТВО (ВИДИ ДІЯЛЬНОСТІ ЗА КВЕД)

3



ЯКОЮ БУДЕ СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ (ЗАГАЛЬНА ЧИ СПРОЩЕНА)

4



ЯКИМИ БУДУТЬ ЧАСТКИ УЧАСНИКІВ ТА ЇХ ВНЕСКИ



ОСОБЛИВОСТІ ПІСЛЯРЕЄСТРАЦІЙНИХ ПРОЦЕДУР

1. Отримання довідки з ЄДРПОУ

Для отримання довідки з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) потрібно звернутися до органу статистики за місцем реєстрації юридичної особи, та надати наступні документи:

- Запит
- Виписка з єдиного державного реєстру та її ксерокопія (для уточнення даних про юридичну особу)
- Документ про оплату з відміткою банку
- Документ, що підтверджує повноваження особи (довіреність, тощо)
- Довідки з ЄДРПОУ видається лише після надходження до органів статистики даних від Державного реєстратора

**ПРИКЛАД
ДОВІДКИ
З
ЄДРПО**



ДЕРЖАВНИЙ КОМІТЕТ СТАТИСТИКИ УКРАЇНИ
ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ СТАТИСТИКИ У ХЕРСОНСЬКІЙ ОБЛАСТІ
вул. Філатова, 24, м. Херсон, 73027
тел. (0552) 22-42-54, факс (0552) 49-53-79, E-mail: oblstat@ks.ukrstat.gov.ua, www.ks.ukrstat.gov.ua

ЗАТВЕРЖЕНО
Наказ Держкомстату України
12.06.2007 № 164

ДОВІДКА АА № 596907
З ЄДИНОГО ДЕРЖАВНОГО РЕЄСТРУ
ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ (ЄДРПОУ)

ПУБЛІЧНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО "ПРОТОРУС"

Ідентифікаційний код 01350222 Правовий статус суб'єкта ЮРИДИЧНА ОСОБА

Керівник БОСАКЕВИЧ ВЯЧЕСЛАВ ВОЛОДИМИРОВИЧ Телефон 0552263467

Класифікаційні дані:

Місцезнаходження за КОАТУУ 6510136600 73000 М.ХЕРСОН, КОМСОМОЛЬСЬКИЙ Р-Н,
ВУЛИЦЯ ФІЛАТОВА, БУДИНОК 27

Організаційно-правова форма за КОПФГ 230 АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО

Види діяльності за КВЕД-2010

28.22 Виробництво підйомного та вантажно-розвантажувального устаткування

29.10 Виробництво автотранспортних засобів

33.12 Ремонт і технічне обслуговування машин і устаткування промислового призначення

45.19 Торгівля іншими автотранспортними засобами

45.20 Технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів

46.90 Неспеціалізована оптова торгівля

Інституційний сектор економіки за КІСЕ S.11002 Приватні нефінансові корпорації

2. Реєстрація у Державній податковій службі (ДПС)

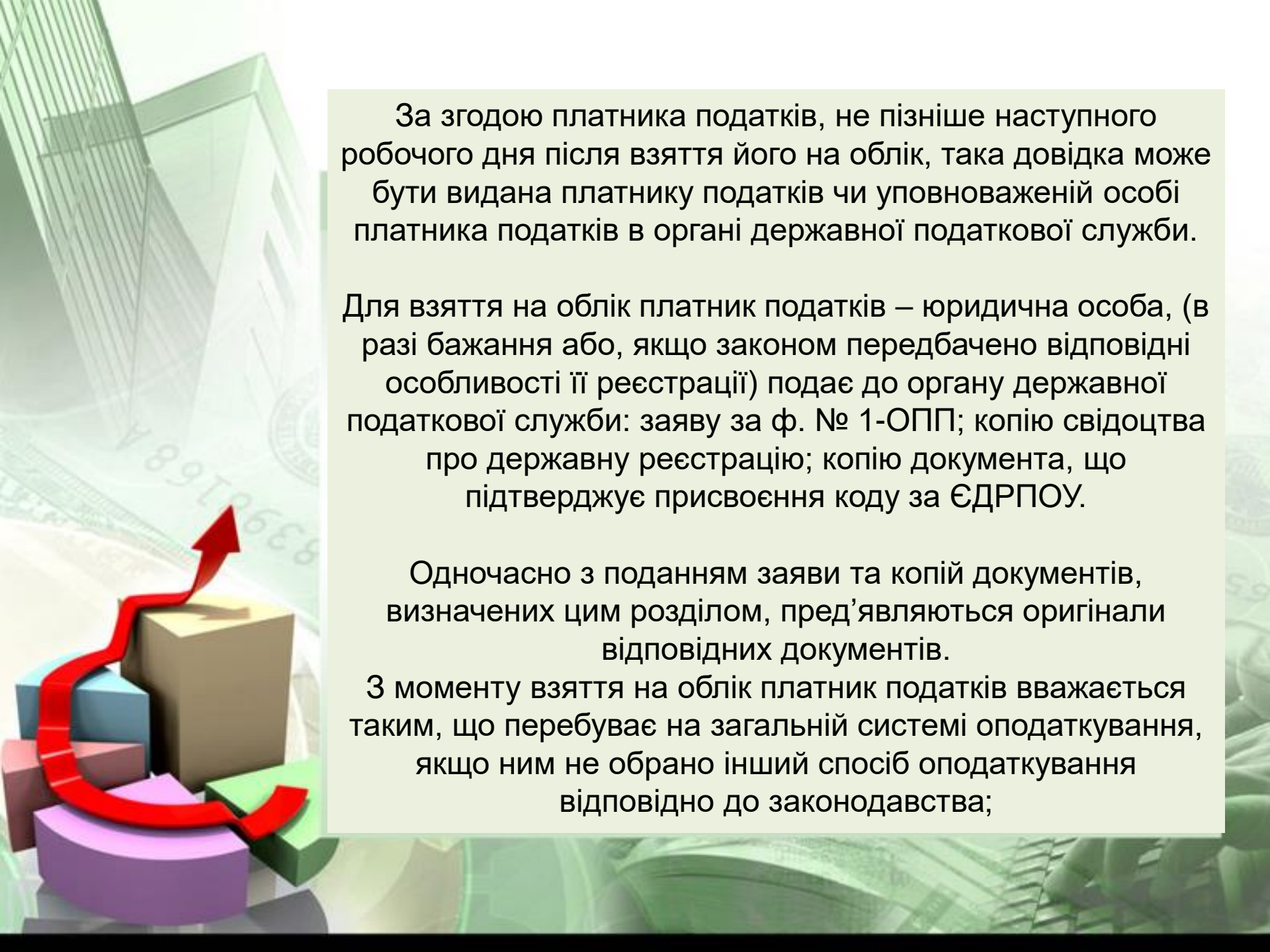
Місцем обліку платників податків є відповідний орган державної податкової служби за зареєстрованим місцезнаходженням юридичної особи.

Підставою для взяття юридичної особи на облік в органі державної податкової служби є надходження до цього органу відомостей з відповідної реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи.

Взяття на облік платника податків проводиться не пізніше наступного робочого дня з дня отримання відомостей з реєстраційної картки, наданих державним реєстратором, чи заяви від платника податків.

Після взяття платника податків на облік за основним місцем обліку орган державної податкової служби формує довідку про взяття на облік платника податків за ф. № 34-ОПП.

Така довідка надсилається платнику податків наступного робочого дня з дня взяття на облік.



За згодою платника податків, не пізніше наступного робочого дня після взяття його на облік, така довідка може бути видана платнику податків чи уповноваженій особі платника податків в органі державної податкової служби.

Для взяття на облік платник податків – юридична особа, (в разі бажання або, якщо законом передбачено відповідні особливості її реєстрації) подає до органу державної податкової служби: заяву за ф. № 1-ОПП; копію свідоцтва про державну реєстрацію; копію документа, що підтверджує присвоєння коду за ЄДРПОУ.

Одночасно з поданням заяви та копій документів, визначених цим розділом, пред'являються оригінали відповідних документів.

З моменту взяття на облік платник податків вважається таким, що перебуває на загальній системі оподаткування, якщо ним не обрано інший спосіб оподаткування відповідно до законодавства;

3. Реєстрація платником єдиного соціального внеску

Роботодавці та підприємства, установи, організації, інші юридичні особи, утворені відповідно до законодавства України, які використовують працю фізичних осіб на умовах трудового договору (контракту), відповідно до законодавства є платниками єдиного соціального внеску. Облік таких осіб ведеться Пенсійним Фондом. Взяття на облік юридичних осіб здійснюється управліннями

Пенсійного фонду України в районах, містах і районах у містах за місцезнаходженням юридичної особи на підставі відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи, наданих державним реєстратором не пізніше наступного робочого дня з дня отримання зазначених відомостей органами Пенсійного фонду.

У день отримання зазначених відомостей органи Пенсійного фонду направляють відомості про юридичних осіб до відповідного робочого органу виконавчої дирекції Фонду соціального страхування від нещасних випадків на виробництві та професійних захворювань України.

Згідно з отриманою від органу Пенсійного фонду інформацією робочий орган виконавчої дирекції Фонду соціального страхування від нещасних випадків приймає рішення про віднесення до класу професійного ризику виробництва юридичної особи та не пізніше наступного робочого дня направляє органу Пенсійного фонду повідомлення про віднесення його до класу професійного ризику виробництва. Від класу професійного ризику виробництва залежить розмір єдиного внеску, що буде сплачуватися юридичної особою.

Повідомлення про взяття на облік юридичної особи як платника єдиного внеску безоплатно надсилається платнику поштою з повідомленням про вручення наступного робочого дня з дня взяття на облік в органі Пенсійного фонду.

У разі незгоди зі встановленим розміром єдиного внеску платник протягом десяти робочих днів з дня надходження повідомлення про взяття на облік має право звернутися до органу Пенсійного фонду з письмовою заявою про зміну розміру єдиного внеску.

4. Виготовлення печатки

Чинним законодавством не передбачено дозволу органів МВС для виготовлення печатки

Тому, щоб її виготовити достатньо звернутися керівнику (або довірєній особі) до штемпельно-гравєрної майстерні, яка займається виготовленням печаток.

Найчастіше, при виготовленні печатки вимагають лише оригінал Виписки з Єдиного державного реєстру та оригінал паспорта керівника (або його копію, якщо звертається довірена особа).



**ШАБЛОНИ
ПЕЧАТОК**



4. Визначення додаткових дозволів та ліцензій, які зможуть знадобитись підприємству для здійснення бізнесу (приклади типових документів)

ВАРТІСТЬ ЛІЦЕНЗІЇ

1. Надання послуг фіксованого телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку (відповідно до виду діяльності, на який видається ліцензія):

міжнародного (на всю територію України)
8 993 000 грн.

місцевого:

- з ємністю мережі до 1 тис. номерів
1 700 грн.
- з ємністю мережі до 10 тис. номерів
8 500 грн.
- з ємністю мережі понад 10 тис. номерів
51 000 грн.
- з використанням безпроводового доступу
102 000 грн.
- з використанням безпроводового доступу із застосуванням технології DECT
5 800 грн.
- у сільській місцевості
340 грн.

міжміського (не менше ніж на два регіони),
340 000 грн.

**2. Надання послуг рухомого (мобільного) телефонного зв'язку з правом технічного обслуговування та експлуатації телекомунікаційних мереж і надання в користування каналів електрозв'язку
340 000 грн.**

3. Надання послуг з технічного обслуговування і експлуатації телекомунікаційних мереж ефірного теле - та радіомовлення, проводового радіомовлення та телемереж:

**ефірного
телемовлення
1 700 грн.**

**ефірного
радіомовлення
1 700 грн.**

**проводового
радіомовлення
340 грн.**

Ліцензія -

це 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

Згідно Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» ліцензуванню підлягають

(<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/222-19>):

1

• банківська діяльність;

2

• надання фінансових послуг (крім професійної діяльності на ринку цінних паперів);

3

• професійна діяльність на ринку цінних паперів;

4

• діяльність у галузі телебачення і радіомовлення;

5

• діяльність у сфері електроенергетики;

6

• освітня діяльність, яка ліцензується з урахуванням особливостей, визначених спеціальними законами у сфері освіти;

7

• виробництво і торгівля спиртом етиловим, коньячним і плодовим, алкогольними напоями та тютюновими виробами;

8

• діяльність у сфері телекомунікацій, надання послуг у галузі криптографічного захисту інформації (крім послуг електронного цифрового підпису) та технічного захисту інформації;

9

• будівництво об'єктів, що за класом наслідків (відповідальності) належать до об'єктів з середніми та значними наслідками;

10

• виробництво лікарських засобів, оптова та роздрібна торгівля лікарськими засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів);

11

• виробництво та ремонт вогнепальної зброї невійськового призначення і боєприпасів 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 боєприпасами до неї, холодною зброєю, пневматичною зброєю калібру понад 4,5 міліметра і швидкістю польоту кулі понад 100 метрів на секунду;

12

• виробництво вибухових матеріалів промислового призначення;

13

• надання послуг і виконання робіт протипожежного призначення;

14

• виробництво особливо небезпечних хімічних речовин;

15

• медична практика;

16

• діяльність банків пуповинної крові, інших тканин і клітин;

17

• ветеринарна практика;

18

• випуск та проведення лотерей;

19

• туроператорська діяльність;

20

• посередництво у працевлаштуванні за кордоном;

21

• промисловий вилов водних біоресурсів за межами юрисдикції України;

22

• культивування рослин, розроблення, виробництво, виготовлення, зберігання, перевезення, придбання, реалізація (відпуск), ввезення на територію України, вивезення з території України, використання, знищення наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів;

23

- діяльність, пов'язана з розробленням, виготовленням, постачанням спеціальних технічних засобів для зняття інформації з каналів зв'язку та інших технічних засобів негласного отримання інформації;

24

- перевезення пасажирів, небезпечних вантажів та небезпечних відходів річковим, морським, автомобільним, залізничним та повітряним транспортом, міжнародні перевезення пасажирів та вантажів автомобільним транспортом;

25

- зовнішньоекономічна діяльність;

26

- транспортування нафти, нафтопродуктів магістральним трубопроводом;

27

- діяльність на ринку природного газу;

28

- централізоване водопостачання та водовідведення, крім централізованого водопостачання та водовідведення за нерегульованим тарифом;

29

- виробництво теплової енергії, транспортування теплової енергії магістральними і місцевими (розподільчими) тепловими мережами та постачання теплової енергії, крім виробництва, транспортування та постачання теплової енергії за нерегульованим тарифом;

30

- охоронна діяльність;

31

- перероблення побутових відходів;

32

- захоронення побутових відходів;

33

- виробництво ветеринарних препаратів.

Ліцензіат

- **суб'єкт господарювання, який має ліцензію на провадження встановленого законом виду господарської діяльності;**

Ліцензійні умови

- **нормативно-правовий акт Кабінету Міністрів України, іншого уповноваженого законом органу державної влади, положення якого встановлюють вичерпний перелік вимог, обов'язкових для виконання ліцензіатом, та вичерпний перелік документів, що додаються до заяви про отримання ліцензії;**

Для здійснення підприємницької діяльності, що підлягає ліцензуванню, необхідно одержати відповідну ліцензію і додержуватися визначених умов і правил здійснення такого виду діяльності (ліцензійні умови), що встановлює Кабінет Міністрів України або уповноважений ним орган



Серія ДЛ

ЛІЦЕНЗІЯ

№ 000832

НАЦІОНАЛЬНА КОМІСІЯ, ЩО ЗДІЙСНЮЄ ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ЗВ'ЯЗКУ ТА ІНФОРМАТИЗАЦІЇ

Вид діяльності у сфері телекомунікацій:

Надання послуг з технічного обслуговування та експлуатації телемереж на території м. Апостолове Дніпропетровської області

Суб'єкт господарювання:

Товариство з обмеженою відповідальністю «Українська телекомунікаційна група»

Ідентифікаційний код за СДРПОУ юридичної особи:

37184109

Місцезнаходження юридичної особи:

08623, Київська обл., Васильківський р-н, смт Калинівка, вул. Центральна, 57, поверх № 2

Дата прийняття та номер рішення про переоформлення ліцензії:

18.10.2016 № 542

Строк дії ліцензії:

до 28.05.2018

Реєстраційний номер ліцензії:

000636

Ліцензійні умови:

На здійснення діяльності у сфері телекомунікацій з надання послуг з технічного обслуговування і експлуатації телекомунікаційних мереж, мереж ефірного теле- та радіомовлення, програмового забезпечення та телемереж, затверджені рішенням Національної комісії з питань регулювання зв'язку України від 11.11.2010 № 513 та зареєстровані Міністерством юстиції України 30.11.2010 за №1200/18495.

Особливі умови:

Відсутні

Голова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації



О. М. Животовський

Дата видачі ліцензії: 11.11.2016



НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

ЛІЦЕНЗІЯ

провайдера програмної послуги

Серія НР № 00578-п

Видає ТОВАРИСТВУ З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «УКРАЇНСЬКА ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНА ГРУПА», смт Калинівка Київської області

Строк дії ліцензії з «25» травня 2017 р. до «25» травня 2027 р.

Дата видачі ліцензії «25» травня 2017 р.



Голова Національної ради

Ю. Артеменко

Відповідальний секретар

О. Ільяшенко


Орган ліцензування –

орган виконавчої влади, визначений КМУ або спеціально уповноважений виконавчий орган рад для ліцензування певних видів господарської діяльності

Постановою КМУ від 5 серпня 2015 р. № 609 затверджено перелік органів ліцензування:

<http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/609-2015-n/paran9#n9>

ТЕМА 5. ОСНОВИ ФАНДРАЙЗИНГУ (ПОШУК ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ) ПІДПРИЄМСТВ



**1. Види джерел фінансування
старт-апу та молодого
підприємства (краудфандинг,
венчурні фонди, бізнес-ангели,
власні кошти засновників тощо)**

**2. Види джерел фінансування
зростаючого підприємства
(банківське кредитування,
венчурні фонди, само
інвестування тощо)**

1. Види джерел фінансування стартапу та молодого підприємства (краудфандинг, венчурні фонди, бізнес-ангели, власні кошти засновників тощо)

Фандрайзинг

в перекладі з англійської «fundraising» («fund» - кошти, капітал, «raising» - зведення, відтворення, підняття) - в прикладному сенсі являє собою процес мобілізації всіх видів ресурсів в соціальних, політичних і комерційних цілях при формуванні стартового капіталу.

Фандрайзинг –

це професійна діяльність щодо мобілізації фінансових та інших ресурсів для реалізації соціально значущих і науково-дослідних проектів, яка вимагає спеціальних знань та навичок фандрайзера, що можуть вплинути на прийняття позитивного рішення донора (інвестора).

Потреби в ресурсах формують цілі та завдання фандрайзингу.

Класичний цикл фандрайзингу

оцінка потреб

вибір потенційних джерел

проведення конкретних заходів по залученню конкретних ресурсів;

оцінка результатів

оцінка потреб

Фандрайзинг реалізує дві основні задачі:

Організовує взаємодію з потенційною аудиторією

з метою добровільного рішення найбільш значущих економічних і соціальних питань

Формує стійкі контакти з фізичними та юридичними особами

Акумулює ресурси для безперервного функціонування організації і реалізації проектів.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФАНДРАЙЗИНГУ

ІНСТРУМЕНТИ	ВЗАИМОДІЯ		АКУМУЛЮВАННЯ:
	(Інформування)	(Акт подяки)	
ЗМІ	Публікації в пресі та літературні видання з інформацією про діяльність підприємства, радіо і телерепортажі, листівки, соціальна реклама	Освітлення особливо значущих заходів, персон і юридичних осіб, що беруть участь в проекті (відповідно до значущості отриманих результатів)	Підписка - поширення банківських реквізитів організації в публікаціях (преса, і літературні видання). Залучення нових прихильників
Інтернет технології	Інтернет-сайт, банери, посилання на портали, інформаційні відеоролики та ін., директ-мейл, новини на сайтах	Вебінари, соціальні мережі	«Он-лайн» пожертвування, платіжні термінали краудфандінгові платформи
Масові заходи	Благодійні акції, концерти і ярмарки Благодійний бал День відкритих дверей		Благодійні скриньки, розіграші, лотереї, аукціони, роздача сувенірів на пожертвування
Формальні заходи	Форуми, конференції, семінари, круглі столи		Опитування, отримання нової інформації, залучення нових прихильників
Система звітів	Публікація річного звіту	Збори засновників і благодійників з метою затвердження річного звіту	Залучення нових прихильників
Система льгот	Інституційні соціальні інвестори; приватні благодійники, в т.ч. добровольча допомога (професійна і непрофесійна)		Різні види допомоги, інвестицій)
Система визнань, премій і заохочень	Публікації і репортажі в ЗМІ	Вручення дипломів, подяк, запрошення участі в раді	Членство в раді



Франшиза «Копіювання бізнесу»

- купуючи франшизу, ви отримуєте відпрацьований бізнес-процес з докладними інструкціями як продавати; вже розкручене ім'я (бренд) компанії; економію на рекламі.

Інвестиції в стартапи від венчурних фондів

- коли фонд виявиться зацікавлений у реалізації проекту, зовнішні інвестори надають кошти новим компаніям із великим потенціалом розвитку (інвестиції у високотехнологічні галузі й інші галузі з високим потенціалом розвитку).

Бізнес-ангел

- вкладає гроші в інноваційні проекти на етапі створення підприємства в обмін на повернення вкладень і долю в капіталі. Вони інвестують частину власних коштів в інноваційні компанії, підтримуючи їх технічний і комерційний розвиток.

Конкурси

- фінансування за допомогою конкурсів отримують не тільки номінальні переможці, але й будь-який проект.

Краудфандинг як вид краудсорсингу

- Фінансування за схемою краудфандингу відбувається на основі колективної співпраці людей, які добровільно об'єднують свої гроші або інші ресурси разом, як правило через Інтернет, щоб підтримати зусилля інших людей або організацій.

Краудсорсинг

створює можливості для залучення фінансових ресурсів для інноваційної діяльності як від потенційних споживачів, так і від дрібних інвесторів.



Краудфандинг

передбачає залучення фінансових ресурсів від великої кількості людей (від англ. crowd – натовп і funding – фінансування).

«Розумні гроші»

- вигідна модель фінансування стартапу, оскільки інвестор не тільки вкладає гроші, але й свої знання, досвід, зв'язки і розуміння ринку, та має необхідний рівень компетенції у галузі.

Модель «ЗД: домашні, друзі, дурні»

- на стадії створення своєї справи підприємцю-початківцю доводиться йти по фінансову допомогу до друзів і родичів.

Стратегічний інвестор

- здійснює великі вкладення в стартап-інвестування, але має на меті отримання постійного доходу, контроль над власністю та участь в управлінні об'єктом інвестування.

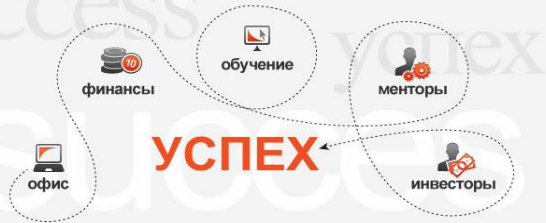
Субсидії держави

- фінансова підтримкою державними органами, завдяки якій суб'єкт одержує пільги (прибутки). Для цього необхідно тільки мати гарну ідею, перекладену в бізнес-план.

IPO

- Найважливіший механізм на ринках капіталу. Одним із способів залучення зовнішніх інвестицій є первинна публічна пропозиція акцій. Initial Public Offering (IPO) є пропозицією, яку компанія робить всім зацікавленим інвесторам.

Стартап-інкубатор WannaBiz



зараз відбувається реструктуризація з інкубатора в фонд.

Тривалість програми:

- планується підтримувати стартапи через менторські мережі.

Спектр інтересів:

- Фінтех-стартапи, проекти в області інтернету речей, робототехніка,

Розмір інвестицій / частка в компанії:

- інкубатор інвестує в проекти на посівній стадії (\$ 50-500 тис).
Частка в компанії варіюється.

X-фактор:

- в пріоритеті розвивати партнерські зв'язки в США, Ізраїлі та інших країнах з цікавим досвідом, щоб надати необхідний пул контактів і підтримку проектам не тільки в Україні.

Ментори:

- Вадим Роговський (старший), Артем Бородатюк, Олександр Борняков



Основний критерій для вибору ментора - релевантність його досвіду цілям і завданням, які стоять перед проектом.

Тривалість програми:

- шість місяців

Спектр інтересів:

- компанії, які працюють в області інтернет-сервісів, hardware-проектів в сфері інтернету речей, робототехніки та 3D-друку.

Розмір інвестицій / частка в компанії:

- 5%

X-фактор:

- працює з проектами ранніх стадій (від ідеї до прототипу).

Ментори:

- більше 300 менторів з Європи і США готові співпрацювати з проектами акселератора.



18-20 вересня 2015 року організував Agro IT Booster hackathon, де були представлені кілька проектів, які об'єднують IT і агробізнес.

Тривалість програми:

- від шести місяців (термін залежить від специфіки проекту).

Спектр інтересів:

- software & hardware, агробізнес, фінанси.

Розмір інвестицій / частка в компанії:

- визначається індивідуально. Залежить від команди, юридичних аспектів і перспективи проекту.

X-фактор:

- зараз інкубатор працює над фінансовим проектом, розвиває стартап екосистему України.

Ментори:

- інкубатор співпрацює з декількома бізнес і стартап-інкубаторами. Менторами виступають, як місцеві (тернопільські) підприємці, так і експерти з інших міст.



За підтримки уряду Казахстану запуснув акселеративну програму Technation для стартап-команд з країн СНД, Європи та Азії.

Тривалість програми:

- два місяці

Спектр інтересів:

- мобільні технологи, електронна комерція, технології обробки масивів великих даних (big data), медіа-технології.

Розмір інвестицій / частка в компанії:

- 15%.

X-фактор:

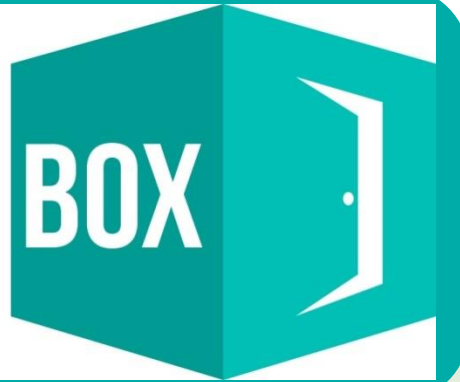
- в рамках програми Technation команди зможуть відправитися на стажування в Кремнієву долину і отримати інвестиції в розмірі \$ 25 тис.

Ментори:

- підприємці та інвестори з США та Європи, члени венчурних фондів, бізнес-ангели (Влад Воскресенський, Брайан Сатьянатан, Джон Нордмарк, Джіджі Вонг).

INNOVATION BOX

regional incubator



За результатами дослідження Ubi-global інкубатор увійшов в топ-50 найбільш швидко зростаючих інкубаторів Європи. У хабі площею понад 1500 кв.м. передбачений коворкінг, музей науки, інженерні лабораторії, інкубатор.

Тривалість програми:

- визначається індивідуально.

Спектр інтересів:

- web, mobile, hardware, gaming, social, SaaS, енергозбереження.

Розмір інвестицій / частка в компанії:

- 5-10% в залежності від спектру необхідних послуг.

X-фактор:

- це єдиний в Україні інкубатор, створений за моделлю об'єднання ресурсів ВНЗ, влади і бізнесу.

Ментори:

- На поточний момент в проекти було інвестовано від \$ 30 тис. До \$ 140 тис. На seed-стадії. Загальний обсяг залучених інвестицій з моменту відкриття інкубатора склав \$ 250 тис. Інвестиції були отримані п'ятьма стартапами різного напрямку від приватних осіб.

Стадії інвестування

Pre-seed

- залучення інвестицій для тестування гіпотез і команди. Як правило, такі інвестиції залучають від FFF (Family, Friends and Fools) чи бізнес-акселераторів.

Seed

- інвестиції для тестування бізнес-моделі та підготовки до стадії зростання.

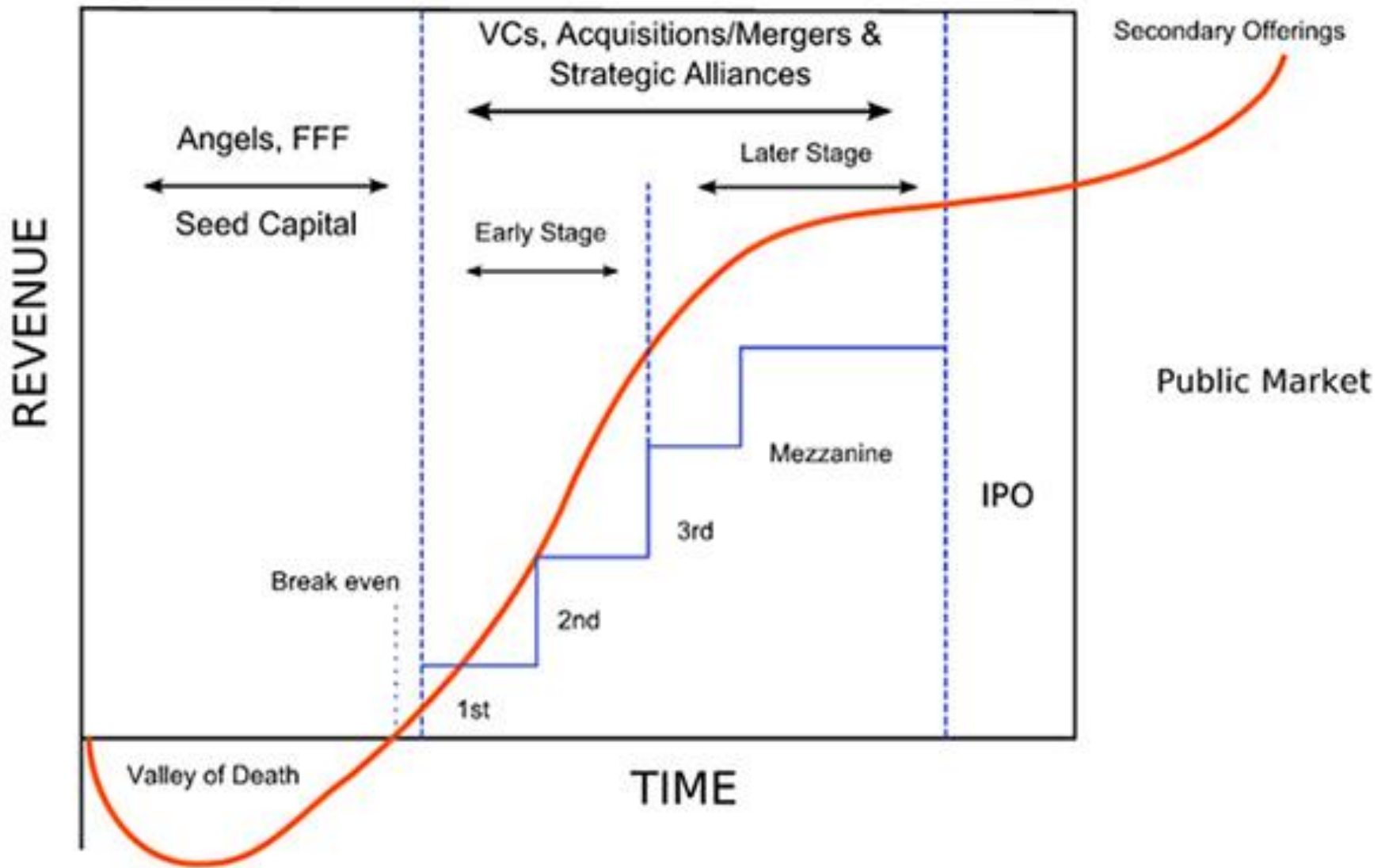
Series A

- інвестиції для зростання і масштабування бізнес-моделі.

Series B, C, D

- додаткові інвестиції, спрямовані в зростання. У разі підготовки компаній до продажу чи виходу на IPO залучають фонди, які спеціалізуються на цьому.

Startup Financing Cycle



2. Види джерел фінансування зростаючого підприємства (банківське кредитування, венчурні фонди, самоінвестування)

Альтернативою приватним і професійним інвесторам

- кредити комерційних банків
- державні дотації, призначені для окремих напрямків підприємницької діяльності проект планує налагодити випуск унікальної продукції

ОСНОВНІ ВИДИ ФІНАНСУВАННЯ

- позиковий капітал;
- часткове фінансування.

«позика»

«Кредит» в
перекладі з
латинського

«борг»

«довіряю»

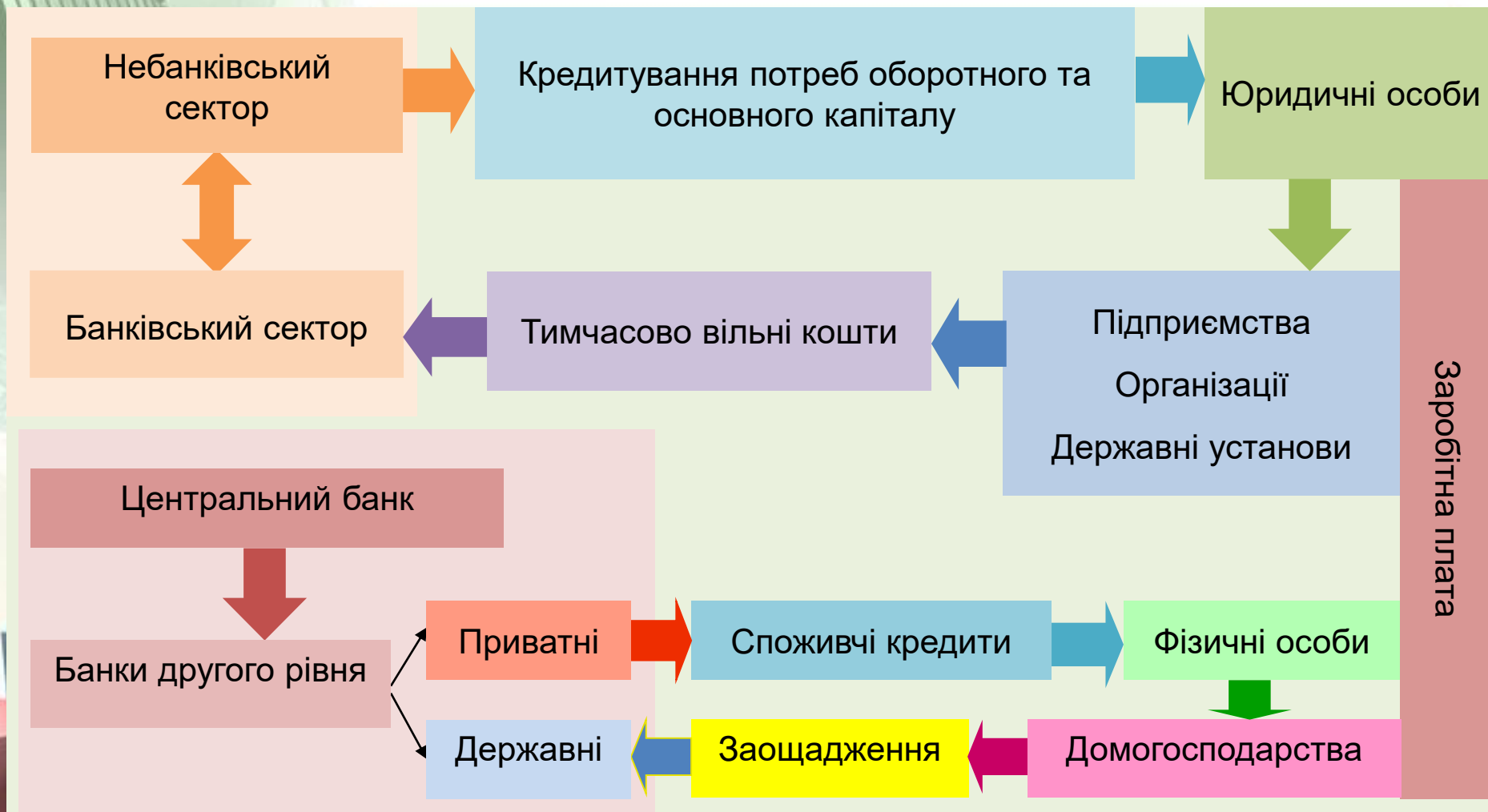
«вірю»



Категорія кредиту розглядається як довіру однієї сторони іншій, на підставі чого в позику дається певна вартість у грошовій або товарній формі для тимчасового користування за певну плату.



Банківський сектор - юридичні особи



Сучасні бізнес-кредити, які надаються комерційними банками в Україні

Кредити на розвиток бізнесу (інвестиційний кредит (18-20%))

Мікrokредити

Кредити на поновлення обігових коштів (5-20%)

Обладнання і кредит (5-20%)

Авто в кредит (0,1-27%)

Комерційна нерухомість (16-30%)

Кредит овердрафт (17-38%)



ОЩАДБАНК

МІЙ БАНК. МОЯ КРАЇНА



Інвестиційний кредит

- це довготермінове кредитування для фінансування проектів, наприклад:
- Купівля нерухомості на вторинному ринку
- Купівля обладнання
- Купівля земельної ділянки

Овердрафт

- кредитування юридичних осіб та суб'єктів підприємницької діяльності, яке дає можливість профінансувати поточні або ж непередбачувані витрати в сумі, що перевищує залишок на поточному рахунку, в межах встановленого ліміту.

Кредит для поповнення обігових коштів (поточні потреби)

- термінова потреба в коштах, якщо потрібно оплатити рахунки, купити сировину, виплатити заробітну плату, при цьому не вилучаючи гроші з обігу.

Само- фінансування

- використання власних фінансових ресурсів підприємств у вигляді прибутку, амортизаційних відрахувань.

Власні кошти

- статутний (акціонерний) капітал, а також потік коштів, що формується в ході діяльності підприємства, за рахунок чистого прибутку і амортизаційних відрахувань.

Недоліки

Легкість, доступність, швидкість мобілізації. Зниження ризику неплатоспроможності та банкрутства. Більш висока прибутковість у зв'язку з відсутністю необхідності виплат за залученими і позиковими джерелами. Збереження власності та управління засновників.

самофінансування

Обмеженість обсягів залучення коштів.
Відволікання власних коштів від господарського обороту.

Переваги

Акціонування


(а також пайові та інші внески в статутний капітал) передбачає часткове фінансування інвестиційних проектів.

проведення додаткової емісії акцій діючого підприємства, що є по організаційно-правовій формі акціонерним товариством, з метою фінансового забезпечення реалізації інвестиційного проекту;

залучення додаткових коштів (інвестиційних внесків, вкладів, паїв) засновників діючого підприємства для реалізації інвестиційного проекту;

створення нового підприємства, призначеного спеціально для реалізації інвестиційного проекту.

Основні переваги акціонування як методу фінансування інвестиційних проектів



використання залучених інвестиційних ресурсів має істотні масштаби і не обмежені за термінами;

власники акцій можуть здійснювати контроль над цільовим використанням коштів на потреби реалізації інвестиційного проекту.

виплати за користування залученими ресурсами не носять безумовний характер, а здійснюються в залежності від фінансового результату акціонерного товариства;

емісія акцій дозволяє забезпечити формування необхідного обсягу фінансових ресурсів на початку реалізації інвестиційного проекту, а також відстрочити виплату дивідендів до настання того періоду, коли інвестиційний проект почне генерувати доходи;

ТЕМА 6. ОСНОВИ ЕКОНОМІКИ ТА КЛЮЧОВІ ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА



1. Характеристика укрупненої структури балансу підприємства

2. Сутність та види необоротних та оборотних активів підприємства

3. Сутність та види капіталу підприємства, визначення «золотого правила фінансування»

4. Принципи формування доходів, витрат та прибутку підприємства

1. Характеристика укрупненої структури балансу підприємства

БАЛАНС

- це звіт про фінансовий стан підприємства, який відображає на певну дату його активи, зобов'язання і власний капітал

МЕТА СКЛАДАННЯ БАЛАНСУ

- надання користувачам повної, правдивої, неупередженої інформації про фінансовий стан підприємства на будь-яку (у т.ч. звітну) дату.

БАЛАНС ДАЄ МОЖЛИВІСТЬ

- визначити склад та структуру майна підприємства, ліквідність та оборотність засобів, наявність власного та запозиченого капіталу, зміну дебіторської та кредиторської заборгованості та інші показники.
- Отримання такої інформації — необхідна умова для прийняття обґрунтованих управлінських рішень, а також для оцінки ефективності майбутніх вкладень капіталу та ступеня фінансових ризиків.

БАЛАНС

СКЛАДОВІ
ЕЛЕМЕНТИ
БАЛАНСУ
ПІДПРИЄМСТВА

1. АКТИВИ

2.
ЗОБОВ'ЯЗАННЯ

3. ВЛАСНИЙ
КАПІТАЛ



ЗАГАЛЬНА ЛОГІКА БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА



Активи = Власний капітал + Зобов'язання



Все, що ми маємо (АКТИВИ) глобально походить з двох джерел – наша власність (ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ) або позичені кошти (ЗОБОВ'ЯЗАННЯ)

АКТИВИ

Людина, яка навіть не займається бізнесом і не володіє основами економіки, не раз чула термін «актив».

Це слово найчастіше використовують у разі необхідності оцінити вартість якогось бізнесу і нерідко вважають фактором, що впливає на остаточну ціну.

Крім того, активи бувають і у людей, які володіють частками в акціонерних товариствах.



Активом є майно, що належить підприємству, яке займається господарською діяльністю, або фізичній особі-підприємцю.

В сукупність активів можна включити ті матеріали та ресурси, які потрібні для організації виробництва (або будь-який інший бізнес-діяльності).

Відмінністю активів від інших ресурсів є те, що вони купуються з метою подальшого отримання прибутку. Таким чином, у кожному активі потенційно закладений дохід, який можна буде отримати в майбутньому, після здійснення певних операцій.

Отже, актив — це інструмент, який може принести прибуток.



АКТИВИ

Економічні ресурси підприємства у формі сукупних майнових цінностей, які належать йому на правах власності і які використовуються в господарській діяльності з метою одержання доходу.

Активи
(майно)
підприємства

Необоротні
активи

Оборотні
активи



СТРУКТУРА АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

АКТИВИ

Основні
засоби

Нематеріальні
активи

**Необоротні
активи**

Запаси

Дебіторська
заборгованість

**Оборотні
активи**

Гроші

АКТИВИ

Засоби чи ресурси, які контролюються підприємством, є результатом попередніх подій та дозволяють розраховувати на майбутні економічні вигоди.

СТРУКТУРА ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПІДПРИЄМСТВА

Зобов'язання

Довгострокові зобов'язання (облігації, кредити)

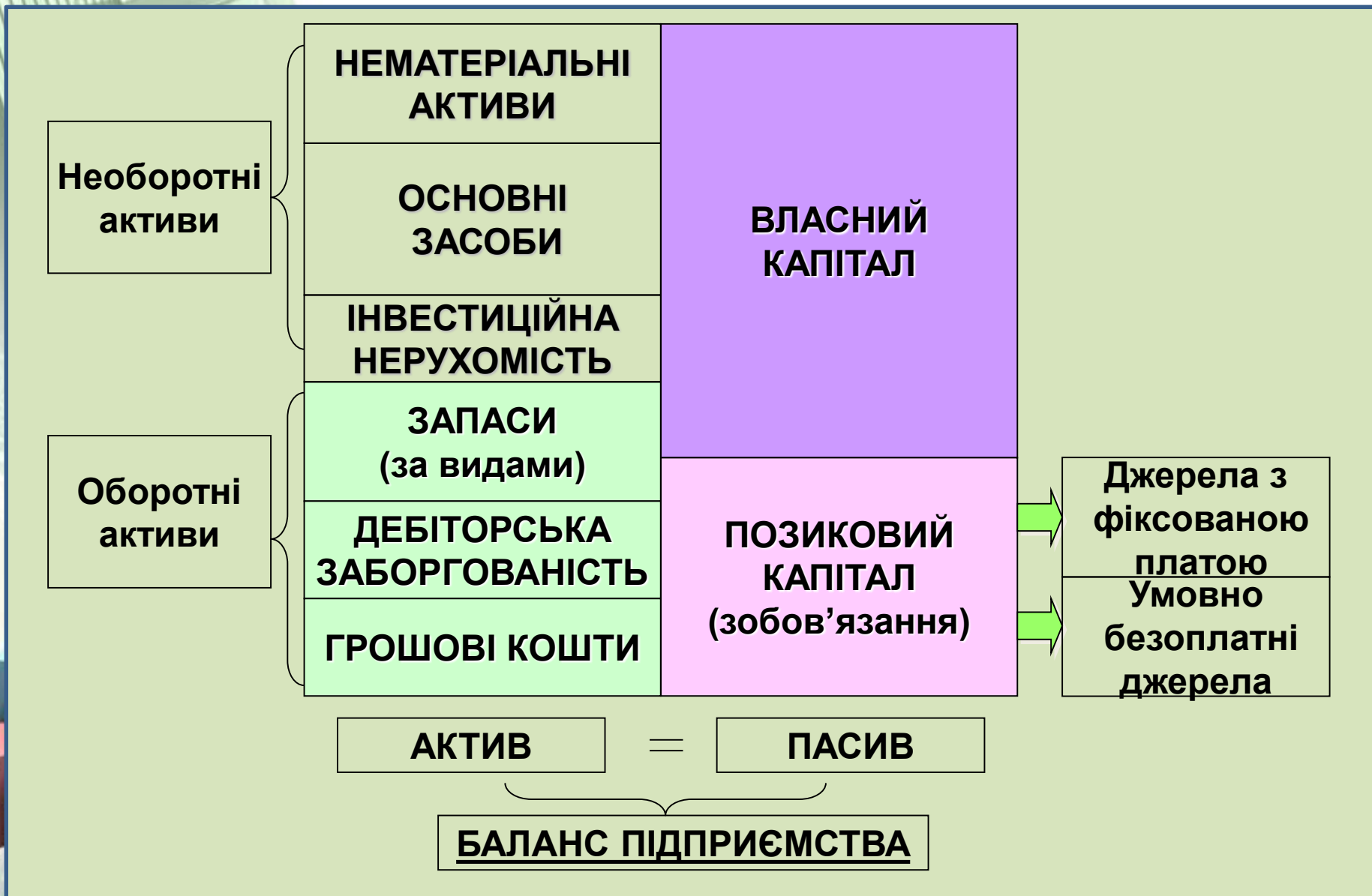
Короткострокові кредити

Поточна кредиторська заборгованість

Джерела з фіксованою платою за користування

Умовно безоплатні джерела

УКРУПНЕНА СТРУКТУРА БАЛАНСУ ПІДПРИЄМСТВА



Оптимальним вважається, якщо даний обсяг реалізації вдається досягнути якомога меншою сумою активів (активи швидко обертаються).

Співвідношення власного капіталу й запозичених коштів (так званий леверидж) характеризує ступінь ризику для кредиторів.

**Ключові
принципи, за
якими
оцінюється
баланс**

Довгострокові активи (ті, яких не маємо наміру позбуватися в осяжній перспективі) фінансуються капіталом або довгостроковими зобов'язаннями.

Перевищення поточних активів над поточними зобов'язаннями характеризує ліквідність підприємства (чим вище перевищення, тим вища ліквідність, тобто відносно легко розрахуватися із зобов'язаннями в короткостроковому періоді).

Якщо бізнес працює прибутково, то його власний капітал зростає на суму прибутку.

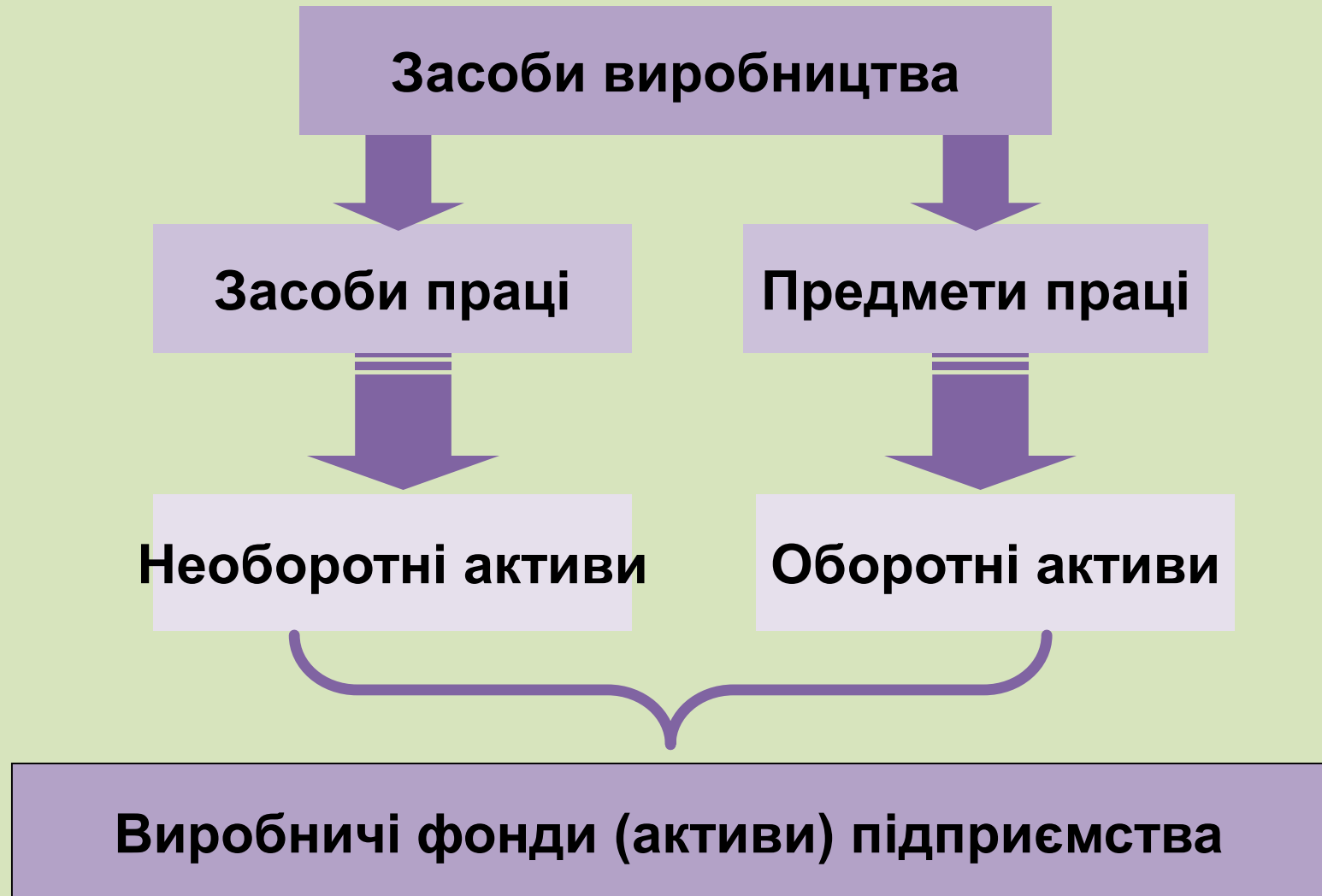
Фактично для підприємства це додаткова сума активів, створена за рахунок прибуткової діяльності



Активи	Власний капітал
	Зобов'язання
Зміни активів	Прибуток
	Зміни зобов'язань

2. Сутність та види необоротних та оборотних активів підприємства

Склад і взаємозв'язок оборотних і необоротних активів підприємства



Порівняльна характеристика необоротних і оборотних активів підприємства

Ознака	Необоротні активи	Оборотні активи
<i>Термін експлуатації</i>	Понад 1 календарний рік	До 1-го календарного року / протягом 1-го виробничого циклу
<i>Характер перенесення вартості на собівартість виробленої продукції або послуг</i>	Частково (в міру їх зносу)	Повністю
<i>Збереження матеріально-речової форми</i>	Зберігають	Змінюють
<i>Характер відновлення</i>	Відновлюються повністю (реновація) або частково (ремонт)	Відновлюються повністю

Необоротні активи підприємства –

це засоби виробництва, що беруть участь у виробничому процесі протягом тривалого часу (більше одного року та одного виробничого циклу), переносять свою вартість на собівартість виробленої за їх допомогою продукції частинами, в міру їх зносу, зберігають свою натуральну форму та можуть відновлюватись як повністю (шляхом реновації), так і частинами (за допомогою ремонту).



Будівлі, споруди

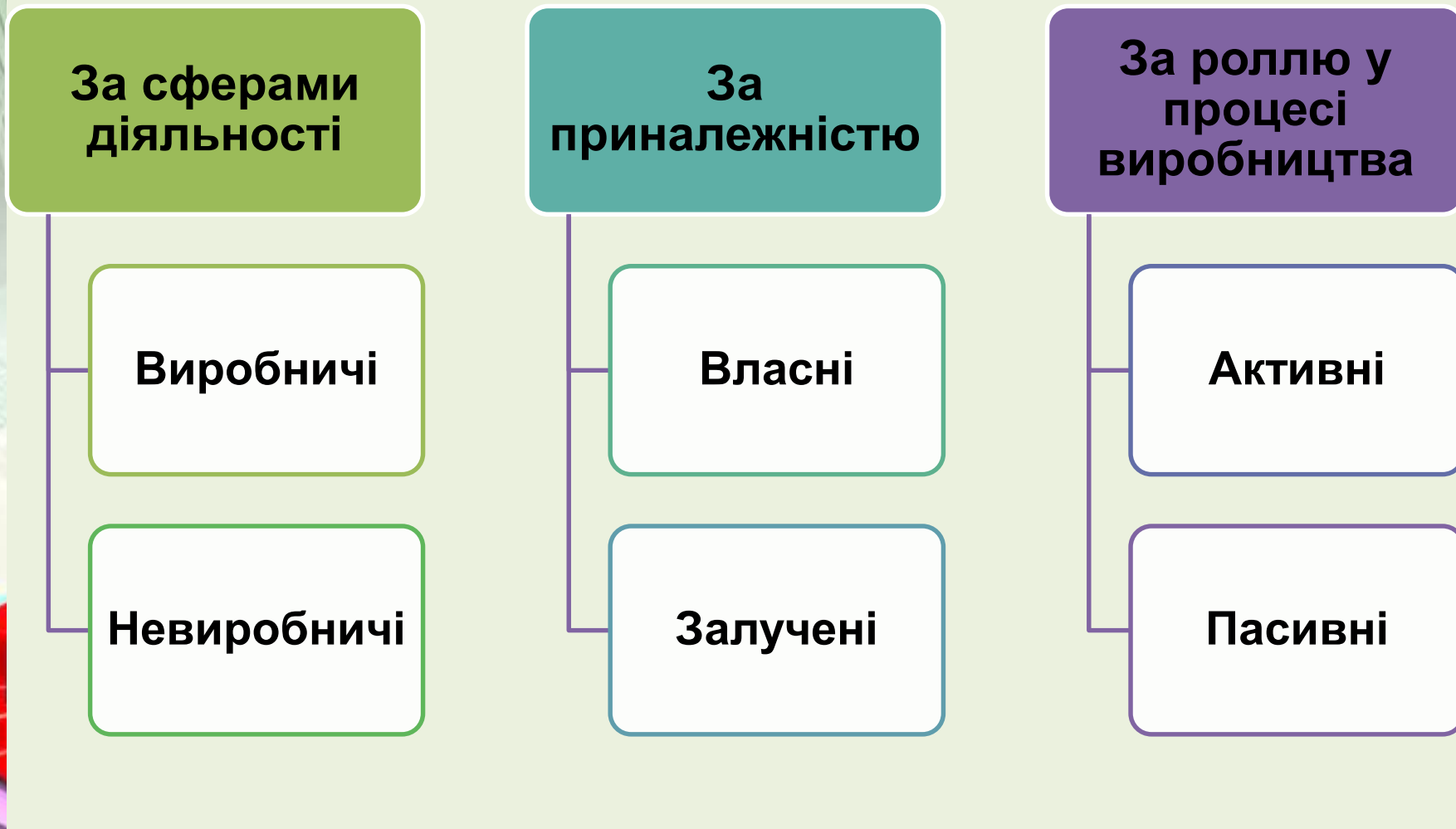


**Обладнання,
устаткування**



Транспортні засоби

Класифікація необоротних активів



Класифікація груп необоротних активів і мінімально допустимих строків їх амортизації

Групи основних засобів	Мінімально допустимі строки корисного використання, років
група 1 - земельні ділянки	-
група 2 - капітальні витрати на поліпшення земель, не пов'язані з будівництвом	15
група 3 - будівлі,	20
споруди,	15
передавальні пристрої	10
група 4 - машини та обладнання	5
з них:	
електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов'язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов'язані з ними комп'ютерні програми, інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 6000 грн. або 2500 гривень (для бюджетних установ)	2

група 5 - транспортні засоби	5
група 6 - інструменти, прилади, інвентар (меблі)	4
група 7 - тварини	6
група 8 - багаторічні насадження	10
група 9 - інші основні засоби	12
група 10 - бібліотечні фонди	-
група 11 - малоцінні необоротні матеріальні активи	-
група 12 - тимчасові (нетитульні) споруди	5
група 13 - природні ресурси	-
група 14 - інвентарна тара	6
група 15 - предмети прокату	5
група 16 - довгострокові біологічні активи	7



ЗНОС НЕОБОРОТНИХ АКТИВІВ

Фізичний

Моральний

Повний

Частковий

I – ої форми

II – ої форми

Знецінення старих основних засобів через зниження витрат на виробництво основних засобів

Знецінення старих основних засобів через появу нових, більш сучасних

ОБОРОТНІ АКТИВИ

Грошові ресурси, які вкладено в оборотні виробничі фонди і фонди обігу для забезпечення безперервного виробництва та реалізації виготовленої продукції

Активи, які протягом одного виробничого циклу або одного календарного року можуть бути перетворені на гроші. Деякі автори таке саме визначення дають терміну оборотний капітал”

ОБОРТНІ АКТИВИ

Оборотні виробничі фонди (сфера виробництва)

Фонди обігу (сфера обігу)

Оборотні кошти у виробничих запасах

Оборотні кошти у виробництві

Готова продукція

Кошти і кошти в розрахунках

Сировина, основні матеріали допоміжні матеріали, паливо, тара

Незавершене виробництво. Витрати майбутніх періодів.

На складі

Відвантажена

Кошти на рахунках в банку і в касі підприємства. Кошти в розрахунках. Дебіторська заборгованість

Нормовані оборотні кошти

Нормовані оборотні кошти

Нормовані оборотні кошти

Нормовані оборотні кошти

ФУНКЦІЇ:

```
graph TD; A[ФУНКЦІЇ] --> B[Виробнича]; A --> C[Розрахункова];
```

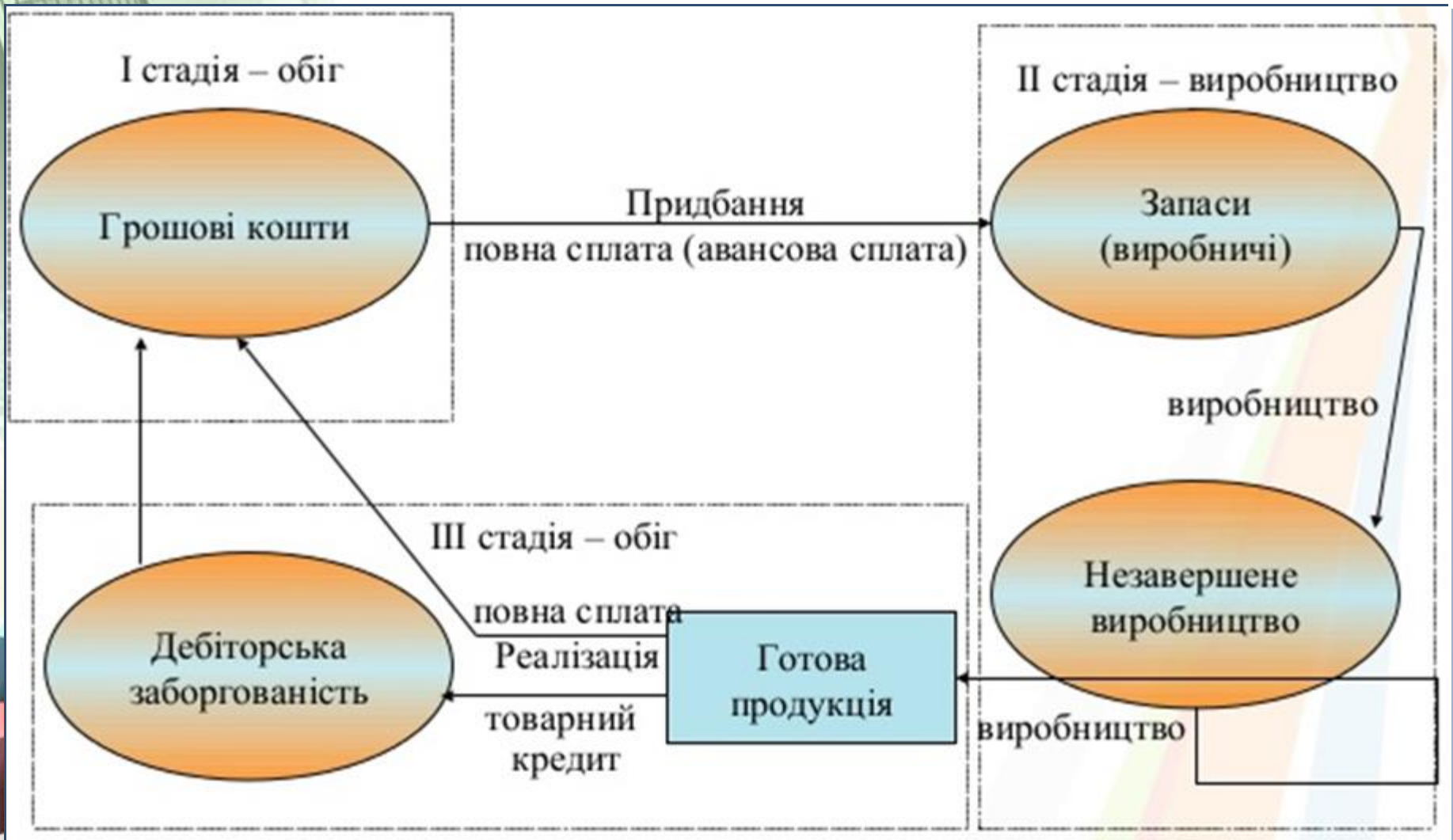
Виробнича

Полягає у забезпеченні безперервності процесу виробництва і перенесенні вартості на новостворений продукт

Розрахункова

Полягає в обслуговуванні завершення кругообігу коштів і перетворенні оборотних активів із товарної форми в грошову

Стадії обігу оборотних активів



Структура кругообігу оборотного капіталу



Тривалість часу, протягом якого здійснюється оборот грошових коштів, називають тривалістю комерційно-виробничого циклу

Він складається із часу між оплатою грошей за сировину і матеріали і надходження грошей від продажу готової продукції

Підходи щодо формування оборотних активів підприємства

Консервативний

- передбачає повне забезпечення поточної потреби в усіх видах оборотних активів, що забезпечують нормальний хід операційної діяльності; створює високі розміри їх резервів на випадок непередбачених складнощів у забезпеченні підприємства сировиною та матеріалами, погіршення внутрішніх умов виробництва продукції, затримки оплати дебіторської заборгованості, активізації попиту покупців
- тощо

Помірний

- спрямований на забезпечення повного задоволення поточної потреби в усіх видах оборотних активів і створення нормальних страхових їх розмірів на випадок збоїв у ході операційної діяльності підприємства

Агресивний

- полягає в мінімізації усіх форм страхових резервів за окремими видами оборотних активів. При відсутності збоїв у ході операційної діяльності він забезпечує найбільш високий рівень ефективності їх використання

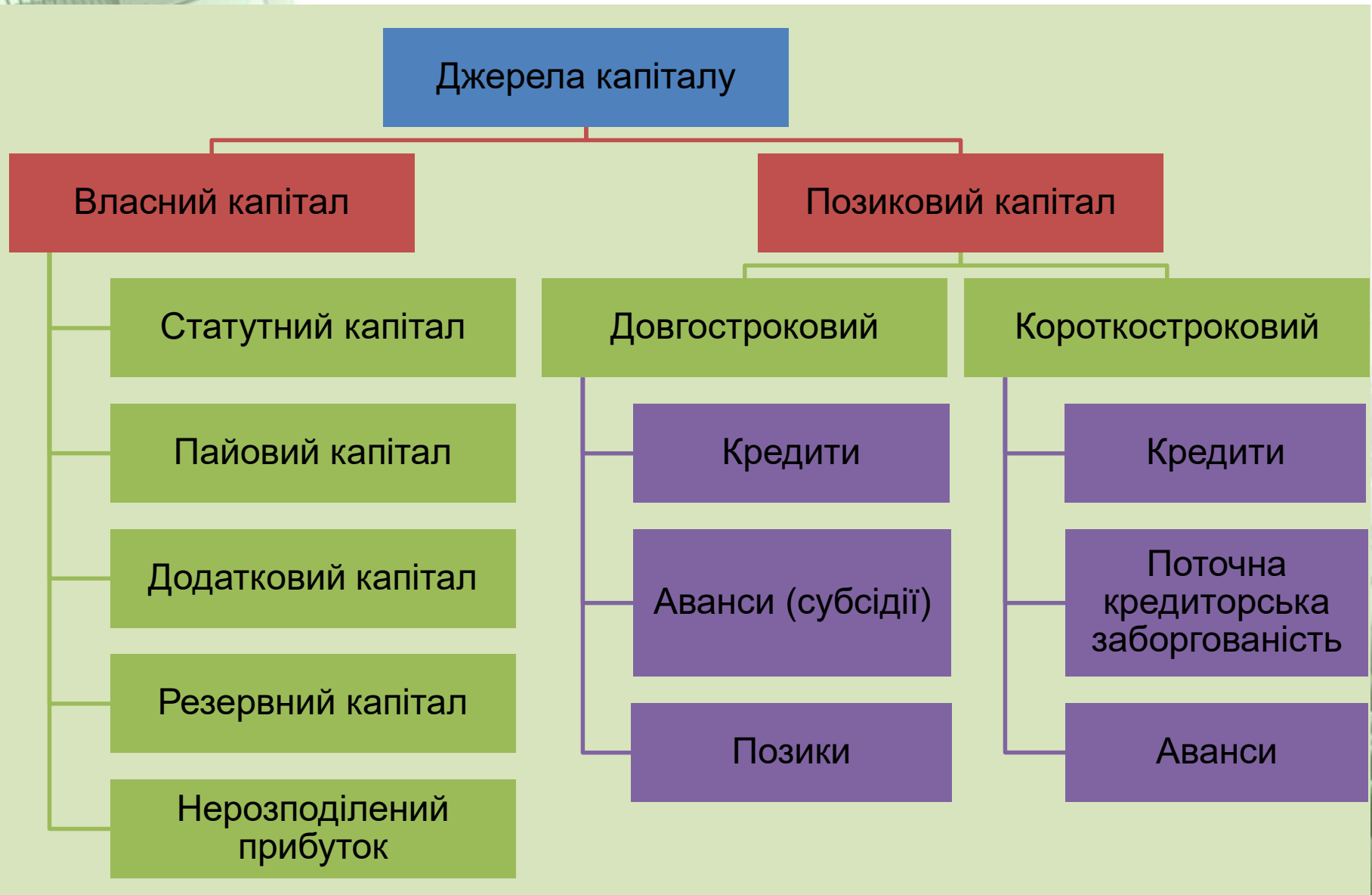
3. Сутність та види капіталу підприємства, визначення «золотого правила фінансування»

**Стосовно визначення економічної
суті капіталу, його можна
розглядати як:**

- **фінансові ресурси у грошовій
формі;**
- **майно, сукупність ресурсів та
засобів, вкладення в активи
підприємства;**
 - **запас економічних благ,
багатство.**



Структура капіталу підприємства



“ЗОЛОТЕ ПРАВИЛО ФІНАНСУВАННЯ”



“ЗОЛОТЕ ПРАВИЛО ФІНАНСУВАННЯ” ПОЛЯГАЄ У ТОМУ, ЩО НЕОБОРОТНІ АКТИВИ ПІДПРИЄМСТВА (ЯК МЕНШ ЛІКВІДІ) ПОВИННІ ФІНАНСУВАТИСЬ ЗА РАХУНОК ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ, А ОБОРОТНІ АКТИВИ (ЯК БІЛЬШ ЛІКВІДНІ) – ЗА РАХУНОК ПОЗИКОВОГО КАПІТАЛУ

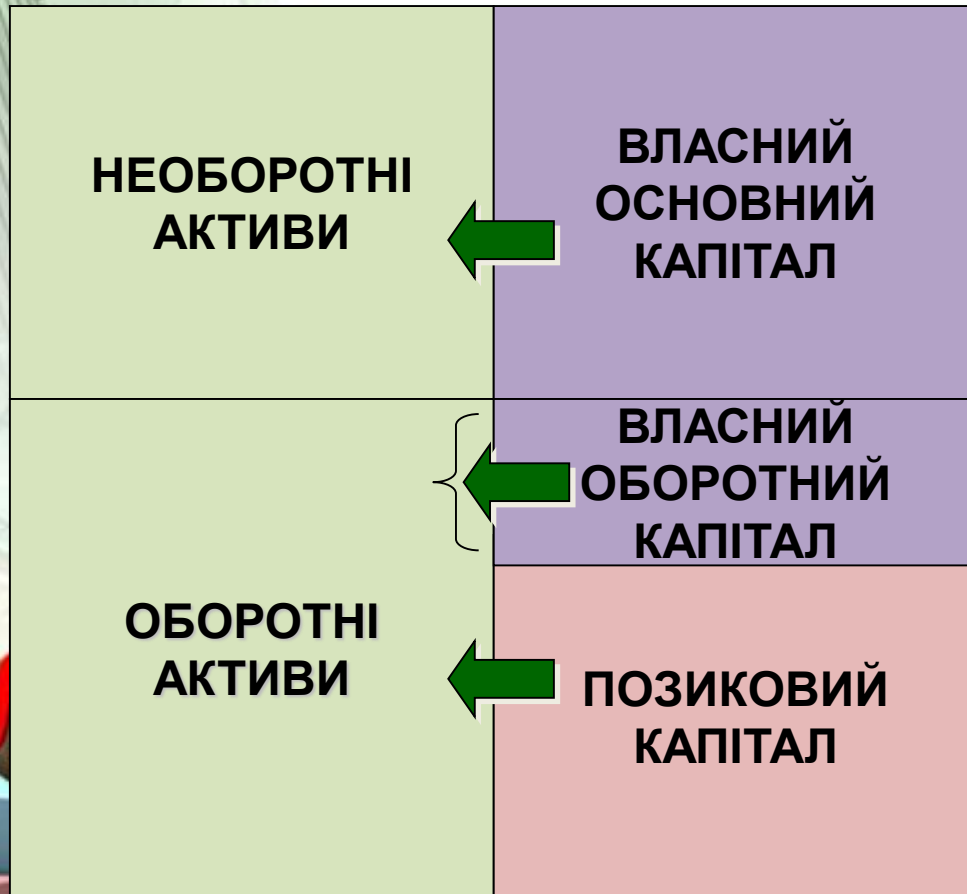
АКТИВ

=

ПАСИВ

БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА

ВИЗНАЧЕННЯ ПОЛІТИКИ ФІННСУВАННЯ РЕСУСІВ ПІДПРИЄМСТВА



АКТИВ = **ПАСИВ**

БАЛАНС ПІДПРИЄМСТВА

ТИПИ ПОЛІТИКИ ФІНАНСУВАННЯ:

- Агресивна
- Консервативна
- Помірна

Основним завданням аналізу джерел формування капіталу є вивчення та оцінка:

- наявності капіталу, його достатності для забезпечення необхідних темпів економічного розвитку підприємства;*
- змін, що відбулися у структурі всіх джерел коштів;*
- раціональності формування структури джерел коштів;*
- вартості капіталу, в т.ч. в розрізі його структурних елементів;*
- показників, що характеризують ринкову та фінансову стійкість підприємства.*

Головна мета аналізу капіталу полягає не тільки в тому, щоб установити й оцінити структуру та динаміку джерел коштів і напрямів його розміщення, а й у тому, щоб оцінити ступінь впливу на фінансовий стан підприємства додатково залученого капіталу.

Аналіз наявності капіталу, його достатності для забезпечення необхідних темпів економічного розвитку підприємства

Необхідну підприємству (теоретичну) величину власного капіталу визначають виходячи з прямої пропорційної залежності, яка існує між критичним обсягом реалізації та власним капіталом і виражається таким співвідношенням:

$$\frac{BK_T}{\Pi} = \frac{V_p^k}{V_p}$$

де Π – сукупні пасиви;

BK_T – теоретична величина власного капіталу;

V_p^k – критичний обсяг реалізації;

V_p – фактичний обсяг реалізації за період.

Звідси теоретична величина власного капіталу становитиме:

$$BK_T = \frac{\Pi \cdot V_p^k}{V_p}$$

4. Принципи формування доходів, витрат та прибутку підприємства

ВИДИ ДОХОДІВ ПІДПРИЄМСТВА

За характером отримання

- доходи від звичайної діяльності;
- надзвичайні доходи

За видами діяльності

- доходи від операційної діяльності;
- доходи від інвестиційної діяльності;
- доходи від фінансової діяльності;
- доходи від інших видів діяльності.

З повнотою та місцем відображення

- бухгалтерські доходи;
- приховані доходи.

Джерела отримання прибутків

1. Операційні прибутки

1.1 Від реалізації продукції, робіт, послуг:

- від реалізації готової продукції, напівфабрикатів;
- від реалізації робіт та послуг

1.2. Інші операційні доходи

- від реалізації іноземної валюти;
- від реалізації інших оборотних активів;
- від операційної аренди активів;
- від операційної курсової різниці;
 - отриманні штрафи, пеня;
- відшкодування раніше списаних активів;
 - отримані гранти, премії;
- інші доходи від операційної діяльності.

2. Доходи від фінансових операцій

- від інвестицій в асоційовані підприємства;
 - від спільної діяльності;
- від інвестицій у дочірні підприємства;
 - отримані дивіденди;
 - отримані відсотки;
- інші доходи від звичайної діяльності.

3. Інші доходи від різної діяльності

- від реалізації фінансових інвестицій;
- від реалізації необоротних активів;
- від реалізації майнових комплексів;
- від реалізації не операційної курсової різниці;
- від реалізації безкоштовно отриманих активів;
- інші доходи від звичайної діяльності.

4. Надзвичайні доходи

- відшкодування збитків від стихійних лих;
- інші.

ОЦІНОЧНА

Виступає мірилом ефективності виробничо-господарської та підприємницької діяльності підприємств

СТРИМУЛЮЮЧА

Використовується як джерело стимулювання і розвитку виробництва і підприємництва

ВІДТВОРЮВАЛЬНА

Слугує джерелом розширеного відтворення основних і оборотних фондів підприємства

РОЗПОДІЛЬЧА

Є джерелом ресурсів державного та місцевих бюджетів для розвитку невиробничої сфери та покриття витрат з управління, забезпечує державні, інвестиційні, виробничі, науково-технічні та соціальні програми.

Фактори, що впливають на прибуток підприємства

Зовнішні
Чинники, що не залежать від розвитку підприємства

- інфляційні процеси;
- законодавство;
- політика;
- науково-технічне і соціальний розвиток регіону;
- політика оподаткування
- та інші.

Внутрішні
Чинники, що залежать від розвитку конкретного підприємства

⋮
Фактори
безпосереднього
впливу

- обсяг продукції, що випускається;
- собівартість виробництва;
- ціна реалізованої продукції;
- найменування продукції, що випускається (асортимент) та інші.

⋮
Фактори
опосередкованого
впливу

- післяпродажний сервіс;
- збільшення або зменшення зносу основних виробничих фондів;
- реклама;
- співвідношення власного і позикового капіталу та інші.

Методи розрахунку прибутку від реалізації продукції:



методом прямого рахунку



Прибуток розраховується за окремими видами продукції, що виробляються і реалізуються.

розрахунок прибутку на основі показника витрат на 1 грн. продукції



Може застосовуватись на підприємстві в цілому для розрахунку прибутку від випуску та реалізації всієї продукції. Він передбачає використання даних про виробничі витрати, реалізацію продукції за попередній період, а також очікувану їх зміну, що прогнозується в цьому періоді.

Методи розрахунку прибутку від реалізації продукції:

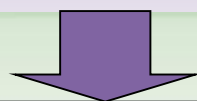


Економічний (аналітичний) метод



Він відрізняється від уже розглянутих методів розрахунку прибутку тим, що дає змогу визначити не тільки загальну суму прибутку, але також і вплив на неї зміни окремих чинників: обсягу виробництва (реалізації) продукції; собівартості продукції; рівня оптових цін і рентабельної продукції; асортименту та якості продукції.

Відповідно до П(с)БО визначення фінансових результатів від операційної діяльності підприємства можна здійснити за такою схемою(тис. грн.)



1.Дохід (виручка від реалізації продукції)	6300
2.Відрахування з доходу	
ПДВ	1050
АК	320
Інші відрахування	250
3.Чистий дохід (виручка) авід реалізації продукції(1-2)	4680
4.Собівартість реалізованої продукції	3000
5.Валовий прибуток (збиток)(3-4)	1680
6.Інші операційні доходи	1240
7.Адміністаративні витрати	950
8.Витрати на збут	220
9.Інші операційні витрати	660
10.Фінансові результати(прибуток) від операційної діяльності(5+6-7-8-9)	1090

ТЕМА 7. ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

1. Концепція планування господарської діяльності підприємства.

2. Види планування та їх характеристика.

3. Технологія планування діяльності підприємства.

4. Основі методи планування.

1. Концепція планування господарської діяльності підприємства.

Планування –

це функція управління, яка включає виконання комплексу робіт з аналізу ситуації та факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, визначення напрямів та задач розвитку, оцінки та оптимізації альтернативних варіантів досягнення цілей, розробки планів, їх реалізації та організації виконання.



Планування

представляє собою упорядкований, пов'язаний з обробкою інформації, процес розробки та узгодження проекту, який включає передбачення, обґрунтування, корегування та опис дій господарського об'єкту по досягненню поточних та перспективних цілей.

Основні принципи планування

(А. Файоль - начало XX в.)

принцип системності,
цілеспрямованості, комплексності,
оптимальності, ефективності, науковості,
пріоритетності, збалансованості,
самостійності, конкретності,
адекватності, динамічності, соціальної
орієнтації, їх адаптивності та гнучкості,
безперервність процесу планування.



2. Види планування та їх характеристика

План – це документ, в якому визначаються завдання на конкретний період по економічному та соціальному розвитку підприємства.

Бюджети діяльності представляють собою оперативний фінансово-економічний план, що розробляється у межах одного року, та відображає витрати та доходи за окремими центрами відповідальності, напрямками діяльності у балансовому взаємозв'язку.

Види балансів (бюджетів)

Зведений бюджет

Бюджет операційної діяльності

Бюджет фінансово-інвестиційної діяльності.

Бюджет операційної діяльності

Матеріальний баланс (однопродуктовий, багатопродуктовий; натуральний, ціновий, натурально-ціновий)

Бюджет продаж

Бюджет закупівлі матеріальних ресурсів

Бюджет доходів та витрат

Стратегія

- конкретизована у певних показниках позиція в середовищі, яку займає підприємство, це спроба знайти шляхи ефективного пристосування до зовнішніх, неконтрольованих фірмою факторів за допомогою проведення необхідних змін елементів та їхніх комбінацій у внутрішньому середовищі

Стратегія

- визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, прийняття курсу дій і розподілу ресурсів, необхідних для виконання поставлених цілей “ А.Чандлер



процес ув'язки та конкретизації заходів з реалізації обраної стратегії за рівнями управління підприємством, часом здійснення, конкретними виконавцями, ресурсами та витратами для досягнення поставленої перед підприємством стратегічної мети.



продовження та конкретизація тактичного планування з розробкою балансів та бюджетів діяльності та організацією їх виконання.



3. Технологія планування діяльності підприємства



4. Методи планування діяльності підприємства конкретні

конкретні способи та прийоми розрахунків планових показників, які у сукупності визначають тактику планування.

Ресурсні методи планування –

- Екстраполяційний - Економіко-статистичний.
- Кореляційний - Факторно – аналітичний .
- Балансовий метод.

Методи планування,орієнтовані на цілі

Програмно-цільовий.

Економіко-математичне
моделювання
(структурне, сітьове,
матричне, імітаційне).

Техніко-економічний,
або нормативний
метод планування

Метод оптимізації
планових розрахунків.

CVP АНАЛІЗ ПІДПРИЄМСТВА (COST-VOLUME-PROFIT)

ЕКОНОМІЧНІ МЕЖІ ОБСЯГУ ДІЯЛЬНОСТІ

Для забезпечення рівноваги положення підприємства на ринку визначають критичні та цільові межі його діяльності, до яких відносять:

- ✓ *точку беззбитковості – поріг рентабельності,*
- ✓ *точку мінімального рівня рентабельності,*
- ✓ *точку цільового прибутку*



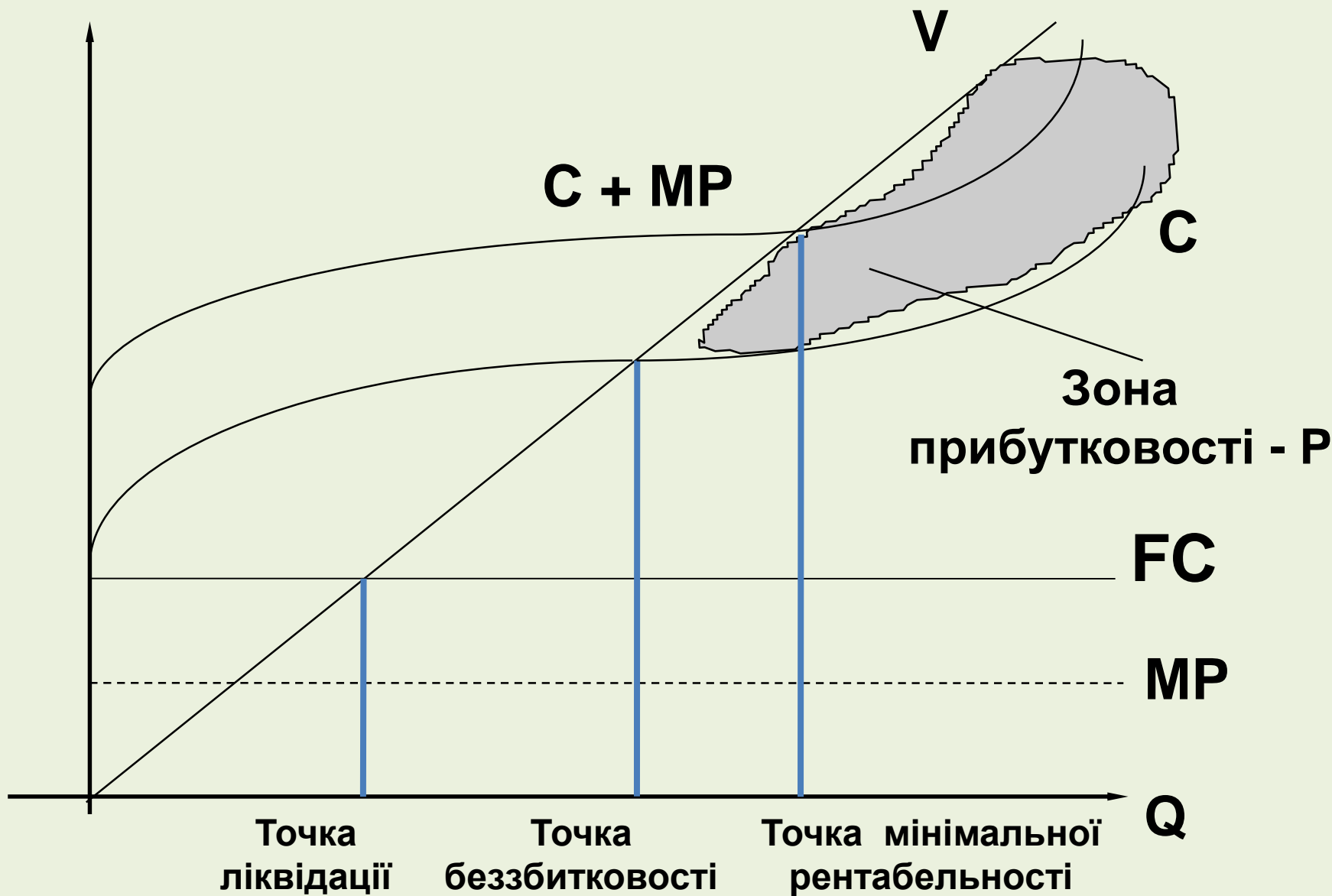
Точка беззбитковості (Тб) – поріг рентабельності

це обсяг реалізації продукції, при якому сума доходів підприємства дорівнює сумі його поточних витрат.

$$T_{б} = \frac{V_{пост}}{Ц - V_{змін}},$$

V пост – загальні постійні витрати
Ц – ціна реалізації одиниці продукції,
V змін – витрати змінні на 1 продукції.

Графічна інтерпретація точок беззбитковості та мінімальної рентабельності



Q – обсяги реалізації певного виду продукції

FC – постійні витрати на виробництво та реалізацію певного виду продукції

C – валові витрати на виробництво та реалізацію певного виду продукції

V – дохід підприємства від реалізації

MP – мінімальний прибуток від реалізації

P – прибуток від реалізації певного виду продукції.

Точка мінімального рівня рентабельності –

це обсяг реалізації продукції, який забезпечує отримання підприємством доходу для покриття його поточних витрат та утворення **прибутку**, що після очищення від податкових зобов'язань задовольняє власника підприємства про мінімальний рівень рентабельності на вкладений капітал.



$$T_{MPP} = \frac{V_{\text{пост}} + \frac{K \times MPP}{1 - C_{пп}}}{Ц - V_{\text{змін}}},$$

K – обсяг капіталу, що вкладений власником у підприємство;


MPP – мінімальний рівень рентабельності, представлений у вигляді коефіцієнта;

C_{пп} – ставка податку на прибуток.

Точка цільового прибутку –

це обсяг реалізації продукції, який забезпечує отримання підприємством доходу для покриття його поточних витрат та утворення **цільового прибутку**, достатнього для фінансування цільових потреб підприємства.



A 3D bar chart with five bars of increasing height (purple, pink, blue, yellow, green) and a red arrow pointing upwards and to the right, set against a background of green banknotes and a building.
$$T_{\Pi^ц} = \frac{B_{пост} + \frac{\Pi^ц}{1 - C_{пп}}}{Ц - B_{змін}},$$

Π – прибуток цільовий

Маржинальний дохід

це різниця між чистою виручкою від реалізації та сумою змінних витрат.

Маржинальний запас міцності

- процентне відхилення фактичної виручки від реалізації від порогу рентабельності.

Виробничий леверидж

- механізм управління прибутком в залежності від зміни обсягів реалізації та співвідношення постійних та змінних витрат.

ТЕМА 8: СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ТА ІТ-ПІДТРИМКА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ



- 1. Сутність та принципи електронного банкінгу**
- 2. Основи вибору оптимальної оргструктури та складання штатного розкладу**
- 3. Побудова системи електронного діловодства на підприємстві**
- 4. Сутність електронної комерції та механізми узгодження бізнес-процесів в системі електронної комерції**

1. Сутність та принципи електронного банкінгу

Національна платіжна система ПРОСТІР – це система роздрібних платежів, у якій розрахунки за товари та послуги, отримання готівки та інші операції з національною валютою здійснюються за допомогою електронних платіжних засобів, а саме платіжних карток ПРОСТІР



ПРОСТІР



Цілі

- Стати конкурентною та справді Національною платіжною системою в Україні
- Відповідати актуальним потребам українських громадян у отриманні якісного, сучасного та економного платіжного інструменту
- Стати лідером у впровадженні інноваційних платіжних рішень

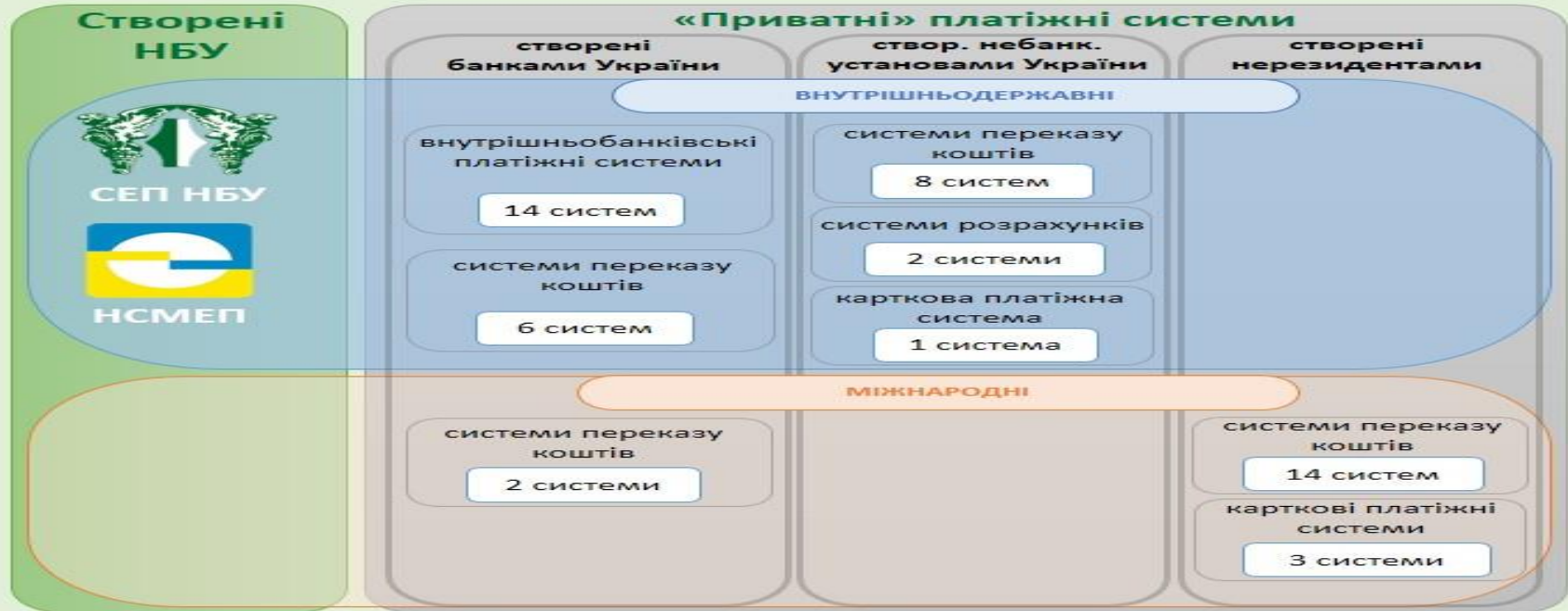
Банки, які входять до мережі ПРОСТІР

Банки, що підключені до Маршрутизатора ПРОСТІР	Обслуговують картки ПРОСТІР				Можливість емісії карток	
	З магнітною смугою		З чипом та магнітною смугою		З магнітною смугою	З чипом та магнітною смугою
	ATM	POS	ATM	POS		
ПАТ "Державний ощадний банк України"	✓	✓	✓	✓	✓	✓
АТ «Державний експортно-імпортний банк України»	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ АБ "Укргазбанк"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ "СБЕРБАНК"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ КБ "ПРИВАТБАНК"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ АБ "Південний"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ "СКАЙ БАНК"	✓				✓	
АТ "Райффайзен Банк Аваль"	✓		✓		✓	
Полікомбанк	✓	✓			✓	
ПАТ "Банк Восток"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ КБ "Глобус"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ КБ "ПРАВЕКС-БАНК"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ "БАНК СІЧ"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ "АЛЬПАРІ БАНК"					✓	
ПАТ "АЛЬФА-БАНК"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ КБ "Центр"					✓	
АТ "ОТП БАНК"	✓		✓		✓	
ПАТ "Таскомбанк"	✓	✓	✓	✓		
ПАТ "РВС БАНК"					✓	✓
ПАТ "ЮНЕКС БАНК"	✓	✓	✓	✓	✓	
ПАТ "БАНК АЛЬЯНС"					✓	
ПАТ "ВЕРНУМ БАНК"					✓	



Платіжний ландшафт України

Платіжні системи та системи переказу коштів



Система міжбанківських розрахунків (СЕП)



СЕП - система електронних платежів (платіжна система класу RTGS)

Забезпечує здійснення розрахунків у національній валюті у межах України між банками та іншими учасниками, як за дорученнями клієнтів банків, так і за зобов'язаннями банків та інших учасників СЕП

Через СЕП здійснюється понад 95% міжбанківських переказів



Платіжний ландшафт України

Платіжні системи та системи переказу коштів

Карткові платіжні системи



перекази (P2P)
платежі за товари та послуги
(у т. ч. комунальні)



Банк-емітент



Банк-еквайр

отримувач переказу



Технології:

- NFC;
- RFID;
- HCE (емуляція картки)
- GSM (сервіс – USSD)

Системи переказу коштів



каса платіжний пристрій

Переказ коштів



Розрахунковий банк



каса платіжний пристрій

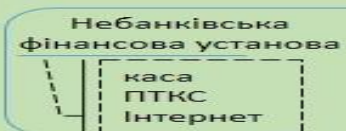
Отримання переказу



та приймання платежів

ІнтернетСервіс, Фінансовий світ ...

перекази (P2P)
платежі за товари та послуги
(у т. ч. комунальні)



магазин, організація, установа та інше



Банк

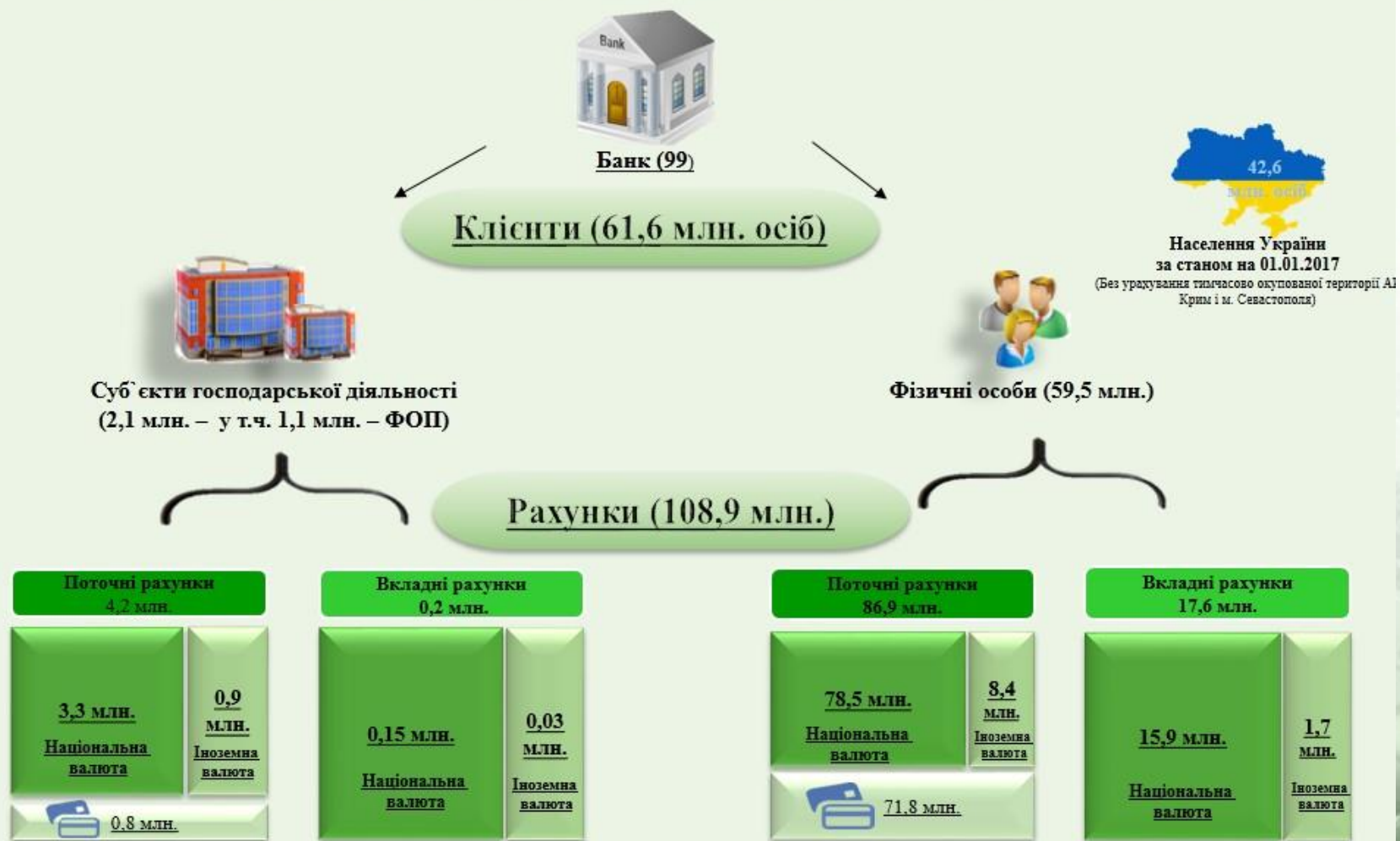


Розрахунковий банк



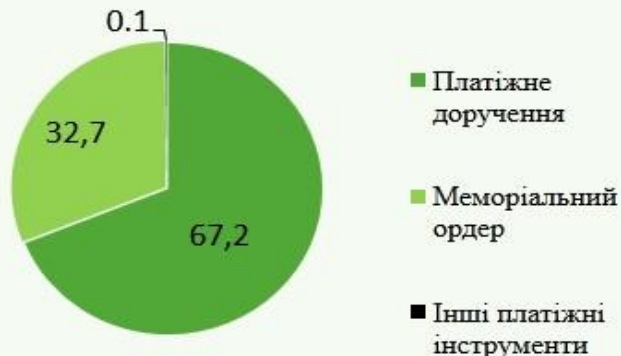
Банк

Кількість клієнтів та рахунків в банках за станом на 01.01.2017



Платіжні інструменти

Питома вага від загальної кількості початкових платежів у СЕП
(банки та їх філії, %)



Питома вага від загальної суми початкових платежів
у СЕП (банки та їх філії, %)



Платіжні інструменти:

- Платіжне доручення
- Меморіальний ордер
- Інші платіжні інструменти
 - Платіжна вимога
 - Інкасове доручення (розпорядження)
 - Платіжна вимога-доручення
 - Меморіальний ордер, сформований на підставі платіжної вимоги на примусове списання коштів, інкасового доручення (розпорядження), реєстру документів за акредитивом, реєстру чеків



БАНКИ ПРОПОНУЮТЬ СВОЇМ КЛІЄНТАМ ТАКІ ВИДИ ПОСЛУГ:

Надання фінансової інформації щодо стану валютного та кредитного ринку

Платіжна карта + Інтернет

Спрощують процедуру документообороту, залишаючи на сайті бланки договорів, заявок, інших документів в електронному вигляді

Віртуальна карта
(Приват банк)

Впровадили інтегровану систему Клієнт-банк

"Мобільний банкінг"

Обслуговування інтернет-комерції



Переваги та недоліки використання різних видів банкінгу

Види банкінгу	Переваги використання	Недоліки використання
Телебанкінг	Досить висока мобільність, достатня швидкість, невеликі витрати	Малі можливості, незручність, відсутня можливість передачі документів до банку
PC-banking ("Клієнт-банк")	Високий рівень захисту, існує можливість обміну документами	Висока вартість, необхідність встановлення програмного забезпечення, низький рівень мобільності.
Відеобанкінг	Зручність у "живому" спілкуванні, поєднання всіх переваг електронного банкінгу	Занадто високі витрати на виготовлення та впровадження, невисока конфіденційність
Інтернет-банкінг	Висока мобільність, невеликі затрати, зручність, можливість обміну док-тами, широкі інформаційні можливості, універсальність	Недостатня захищеність від несанкціонованого втручання, необхідність мати комп'ютер та телефонну лінію одночасно.

МОЖЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ БАНКІНГУ ДОЗВОЛЯЮТЬ

1

Відправляти в банк всі види фінансових документів

2

Отримувати виписки та документи за всіма рахунками в банку за будь-який період часу

3

Відстежувати всі етапи обробки платіжних документів у банку в режимі реального часу

4

Оперативно отримувати повідомлення про помилки

5

Працювати в одному інтерфейсі з рахунками в різних банках

6

Здійснювати перегляд і друк вхідних і вихідних платіжних документів

7

Весь обмін документами між клієнтом і банком здійснюється в електронному вигляді

8

Клієнт має можливість отримувати найоперативнішу інформацію

2. Основи вибору оптимальної оргструктури та складання штатного розкладу

Відповідно до частини 3 статті 64 Господарського кодексу України штатний розпис на підприємстві розробляється самостійно (зараз порядок і норми щодо складання штатного розпису законодавчо не врегульовано; їх прийнято лише для бюджетних установ та організацій).

Штатний розпис, як правило, складають у цілому по підприємству і затверджують на кожний календарний рік до його початку.

Розроблення штатного розпису має здійснюватися на основі затверджених структури підприємства і чисельності його працівників, положення про оплату праці (як правило, є додатком до колективного договору) та з урахуванням вимог нормативно-правових актів:

- ✓ Закону України «Про оплату праці» від 24 березня 1995 року № 108/95-ВР;
- ✓ Інструкції про порядок ведення трудових книжок працівників, затвердженої наказом Міністерства праці України, Міністерства юстиції України, Міністерства соціального захисту населення України від 29 липня 1993 року № 58;
- ✓ Національного класифікатора України «Класифікатор професій» ДК 003:2005;
- ✓ Випусків Довідника кваліфікаційних характеристик професій працівників.

Зразок штатного розпису

ЗАТВЕРДЖУЮ

штат у кількості 105,75 штатної одиниці
з місячним фондом заробітної плати
317250 грн.

Генеральний директор
Козуб О. П. Козуб
15.02.2017

ШТАТНИЙ РОЗПИС на березень – грудень 2017 року товариства з обмеженою відповідальністю «Колос»

№ з/п	Найменування структурного підрозділу	Посада (професія)	Код за Класифікатором професій ДК 003:2010	Кількість штатних одиниць	Посадовий оклад, грн.	Надбавки (доплати), грн.	Місячний фонд заробітної плати, грн.
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Дирекція	Генеральний директор	1210.1	1	4000	200	4200
		Директор з економіки	1231	1	3800	180	3980
	Разом	X	X	2	X	X	8180
2	Відділ кадрів	Начальник відділу кадрів	1232	1	3500	100	3600
		Інспектор з кадрів	3423	1	2100	–	2100
	Разом	X	X	2	X	X	5700
3	Бухгалтерія	Головний бухгалтер	1231	1	3800	180	3980
		Бухгалтер	2411.2	2	3200	–	6400
		Касир	4211	0,25	2000	–	500
	Разом	X	X	2,25	X	X	10880
<...>							
	Усього по підприємству	X	X	105,75	X	X	317250

Директор з економіки

Варченко

Т. С. Варченко

Головний бухгалтер

Кравченко

З. С. Кравченко

Внесення змін до штатного розпису



Власник або уповноважений ним орган має право у будь-який час внести зміни до штатного розпису, зокрема в разі структурної перебудови підприємства (створення нових або ліквідація наявних структурних підрозділів), у зв'язку зі змінами в організації виробництва і праці (зміна розмірів оплати праці, розрядів і найменування посад і професій), при потребі ввести або вивести посади, професії, установити доплати (надбавки).

Зразки формулювань наказів



Про затвердження штатного розпису

У зв'язку зі створенням відділів охорони праці, збуту, організації праці та заробітної плати

НАКАЗУЮ:

1. Затвердити, з урахуванням структурних змін товариства, штатний розпис і ввести його в дію з 1 червня 2017 року (додається).
2. Штатний розпис, затверджений на 2007 рік, вважати таким, що втратив чинність.

Про внесення змін до штатного розпису

У зв'язку зі збільшенням обсягу поставок готової продукції та з метою забезпечення вимог Закону України «Про охорону праці»

НАКАЗУЮ:

Ввести з 1 березня 2017 року до штатного розпису товариства такі посади:
— експедитора відділу збуту з посадовим окладом 6000 грн. на місяць;
— інженера з охорони праці 1-ї категорії з посадовим окладом 9000 грн. на місяць.

3. Побудова системи електронного діловодства на підприємстві

Перехід до електронного діловодства привів до розширення його термінологічного апарату і зажадав уточнення змісту нових понять, що одержали поширення як в нормативних документах, так і в управлінській практиці:

Електронний документ - документована інформація, представлена в електронній формі, тобто у вигляді, придатному для сприйняття людиною з використанням електронних обчислювальних машин, а також для передачі по інформаційнотелекомунікаційним мережам або обробки в інформаційних системах.



Електронний документообіг як складова частина електронного діловодства являє собою таку систему ведення документації, при якій весь масив створених, переданих і збережених документів підтримується за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій на комп'ютерах, об'єднаних в мережеву структуру.



Електронне діловодство - діловодство, де основним носієм інформації виступає електронний документ, допоміжним - паперовий документ, а виконавцями запропонованих інструкцій є людина, комп'ютер і комп'ютерна мережа.

4. Сутність електронної комерції та механізми узгодження бізнес-процесів в системі електронної комерції

НАЙБІЛЬШ ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ BUSINESS-TO-BUSINESS:

"Торговельні концентратори"

- Сайти, на яких зібрано інформацію про ціни на продукцію, про умови оплати і доставки, реалізовано можливість пошуку і сортування, можна також робити замовлення і оплачувати його за допомогою системи електронних платежів.

Автоматичні системи для обслуговування постійних клієнтів

- Зайшовши на сайт, клієнт лише зазначає обсяг закупівлі і вводить інформацію для проведення платежу. Відвантаження і доставка здійснюються автоматично.

Системи для сервісного і післяпродажного обслуговування.

- Весь прийом рекламаций та інших питань здійснюється електронною поштою, за допомогою ICQ, в чаті або на веб-конференції на самому сайті компанії.

МЕХАНІЗМИ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ

РЕКЛАМА

як спосіб притягнення уваги споживачів до комерційного сайту.

ПОДАННЯ ТОВАРУ

можливості мультимедіа: для показу товару використовуються відеороліки, звук, тривимірні образи та анімація.

ЗДІЙСНЕННЯ ОПЕРАЦІЙ

придбання, обов'язково швидке та безпечне.

ПІСЛЯПРОДАЖНА ПІДТРИМКА

допомога, що надається клієнтові як при оформленні покупки, так і після її здійснення

ПОБУДОВА ВІДНОСИН

Вироблення у клієнта прив'язаності до марки та бажання повернутися за новими покупками

Інтернет стає глобальним діловим середовищем, що об'єднує працівників підприємства, його клієнтів, партнерів, постачальників, виробників та учасників мережі продаж. Така модель використання Інтернету розширює поняття електронної комерції, і тому її називають більш загальним терміном «електронний бізнес»

ДЛЯ УКРАЇНИ АКТУАЛЬНО НА СЬОГОДНІШНІЙ ДЕНЬ, ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В ІНТЕРНЕТ, ВИРІШЕННЯ НАСТУПНИХ ПИТАНЬ

прийняття та регламентація законів, нормативних
актів, інструкцій;


фінансування наукових досліджень;

криптографії;

цифрового підпису;

створення в правоохоронних органах, зокрема в
МВС, підрозділів по боротьбі з кіберзлочинами.

ТЕМА 9: ДІЄВІ ІНСТРУМЕНТИ СУЧАСНОГО МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВ

A 3D bar chart with five bars of increasing height from left to right. The bars are colored blue, red, purple, green, and brown. A thick red arrow starts at the base of the first bar, curves around the second and third bars, and then points upwards and to the right towards the top of the tallest bar. The background is a light green grid.

1. Характеристика провідних маркетингових технологій в Україні й світі

2. Огляд сучасних рекламних технологій (у т.ч. на основі Інтернету та соціальних мереж)

3. Технології класичного та вибухового піару

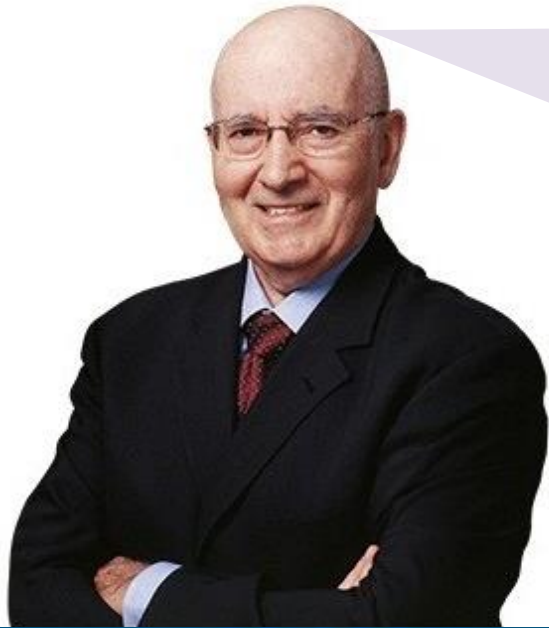
4. Планування витрат на рекламу та піар підприємства

1. Характеристика провідних маркетингових технологій в Україні й світі



Початкове значення слова
“маркетинг”
було пов'язане з визначенням “ринок”
(від англ. *market*).





PHILIP
KOTLER

"Маркетинг - це вид людської діяльності, спрямований на задоволення потреб людей за допомогою обміну".

Маркетинг прагне виявити потреби потенційних споживачів і задовольнити їх.

Ключовим моментом цього процесу є ідея "обміну", яка означає угоду щодо обміну цінностями між продавцем і покупцем.





це кіно, в якому головний герой - товар"
(Д. Траут);

це продаж клієнту стандарту життя"
(П. Мазур);

правильний продукт на правильному ринку"
(С. Джейн);

це філософія бізнесу, яка ставить клієнта в
центр стратегії бізнесу"
(П. Гунтари).



MARKETING

- це соціально-управлінський процес, за допомогою якого індивідууми і групи людей шляхом створення продуктів і їх обміну отримують те, що вони потребують



Суть ТЕХНОЛОГІЇ



Для дослідження підсвідомості людини застосовують набори картинок. Зображення викликають у споживачів позитивні емоції і запускають приховані образи-метафори, що стимулюють покупку. На їх основі конструюють графічні колажі, які згодом закладають в основу рекламних роликів.

Маркетингова технологія **ZMET** популярна у замовників. Її використовують багато великих ТНК, в тому числі:



КОГНІТИВНИЙ МАРКЕТИНГ

- Когнітивний баланс між суб'єктом і адресатом маркетингової діяльності, що володіє характеристиками розвиненої комунікативної особистості, є першопричиною конструювання технологій споживання і збуту.
- Принцип - соціальна комунікація, досягнення рівня когнітивного балансу та програмування споживчої поведінки покупця.

СЕНСОРНИЙ МАРКЕТИНГ (МАРКЕТИНГ ВІДЧУТТІВ)

- Він пов'язаний з впливом на п'ять видів органів почуття людини: зір, слух, нюх, смакове сприйняття і дотик.
- У відповідності з теорією сенсорного маркетингу товари (бренди) повинні пахнути, звучати, мати власний унікальний смак і давати тактильні відчуття
- Унікальність полягає в тому, що можна впливати на аудиторію не тільки при безпосередньому контакті в місцях продажів, але і через рекламу, посилаючи покупцям не стільки раціональні мотиви придбання, скільки емоційний заклик згадати, відчути, помацати.

АРОМА- МАРКЕТИНГ

BOSS
HUGO BOSS

- Ароматизація повітря для стимулювання продажів і сприятливого впливу на покупця.
- Спонукає до імпульсивних покупок, дозволяє виділитися серед конкурентів, підкреслити стиль, імідж та статус компанії.
- Наявність приємних ароматів змушує покупців проводити в магазинах на 15-20% довше, ніж зазвичай, що позитивно позначається на рівні продажів.

2. Огляд сучасних рекламних технологій (у т.ч. на основі Інтернету та соціальних мереж)

Мобільний маркетинг

передбачає використання мобільної реклами за допомогою Інтернету.

Перша велика компанія, що спеціалізується на мобільній рекламі, запропонувала проведення рекламних кампаній в кількох мережах мобільних операторів.

€procket

**В 2003 р. була створена
Асоціація мобільного
маркетингу.**



ПЕРЕВАГИ МОБІЛЬНОЇ РЕКЛАМИ:

1

- показник відгуку на рекламну площадку в мобільному інтернеті у 5-10 разів вище, ніж у провідному;

2

- високий показник запам'ятованості рекламної інформації - він досягає 60%;

3

- коефіцієнт прибутковості цього каналу реклами вище, ніж у випадках з традиційними майданчиками, а витрати па розміщення - значно нижче.

SMS / MMS - реклама



найбільш поширений спосіб візуальної комунікації за допомогою мобільного телефону.



візуальне медіа (банери, міні-ролики), яке може використовуватися у всіх видах рекламних кампаній

Включає в себе як прості рекламні розсилки, так і різні акції - конкурси, вікторини, розіграши призів, опитування, голосування.

Забезпечує персоналізовану доставку інформації і має мінімальний відсоток ухилення - абонент, як правило, обов'язково прочитає рекламне повідомлення.



Вірусний маркетинг

Використовує звичку людей ділитися інформацією з оточуючими.

Користувачі транслюють повідомлення, що містить потрібну інформацію, добровільно - за рахунок того, що вона їм цікава.

Просування за допомогою вірусного контенту може приймати самі різні форми - відео, фото, флеш-ігри, навіть просто текст (наприклад анекдоти).

Вірусний маркетинг є стратегією, при якій товар, послуга або їх реклама так впливають на людину, що вона "заражається" ідеєю поширення певного контенту і сама стає активним ретранслятором. Вірусний маркетинг передбачає ситуацію, коли людина не шукає товар спеціально, а вплутується в якусь гру або конкурс і за допомогою цього спілкується з брендом.



Партизанський маркетинг

Використовуючи всі види комерційних інформаційних технологій (форуми, чати і блоги), співтовариство справжніх партизан-моберів, дає початок новій рекламній пропозиції - провокаційній грі, збирає в реальному міському середовищі натовп глядачів (від англ. **flash-mob** - "миттєвий натовп"), а також впроваджує в життя ігрові сценарії для бренду – "лайф плейсмент" (**life placement**).



Таку рекламну технологію називають провокаційний маркетинг



Buzz - маркетинг

Донесення інформації за допомогою штучно створених і поширених чуток. Щоб перетворити чутки в реальний інструмент партизанського маркетингу, потрібно створити велике співтовариство зацікавлених споживачів (наприклад, найняти агентів) і стимулювати їх поширювати ці чутки.

ефективна форма безкоштовної реклами, якої так потребують споживачі.

Вони легко відстежуються, дають можливість генерувати і вимірювати ділову активність, дозволяють створювати хороші відносини і в підсумку перетворюють клієнтів у прихильників компанії.



Можна використовувати блогінг і всередині компанії, щоб допомагати співробітникам генерувати і застосовувати нові ідеї, залучати їх до нових проектів і наділяти повноваженнями, вдосконалювати свої комунікативні здібності.

Блогінг робить більш доступними такі складні інструменти маркетингу як дослідження ринку і тестування товарів, допомагає компанії рости, правильно реагувати на негативні події і т. п.

Реальні загрози, що ховаються в мережах цифрового простору

1

• за допомогою Інтернету можна виховувати споживача не дуже політично активного і вимогливого, але регулярно споживати певні маси товарів;

2

• інтернет формує певну транснаціональну мову, що базується на англійських коренях. Глибина понять зникає, виникає слово як носій сенсу, а не емоції;

3

• блоги дозволяють вільно обговорювати різні моменти життя людини, формують психологічний експібіціонізм, тобто готовність жити абсолютно відкрито, не маючи перешкод сорому;

4

• вільне і безвідповідальне блукання по мережі формує фрагментарну свідомість, так як в Інтернеті користувача ведуть підказки від фрагмента до фрагмента.

5

• заради швидкості отримання кінцевого результату людина може обходити логічні ланцюжки, засвоюючи тільки висновки. Отже, здатність до розумових процесів, до самостійного аналізу атрофується;

6

• блукання по мережі без усякого ризику і витрат стимулює імпульсивність поведінки, тобто формує імпульсного споживача.

3. Технології класичного та вибухового піару

ТЕРМІН PR (PUBLIC RELATIONS)

запозичений і принесений в нашу культуру мови із заходу

це особлива технологія та методи, спрямовані на надання позитивного чи негативного ставлення до явища, компанії або особистості в середовищі людей, бізнесу, політики, мистецтва.



Важливою особливістю правильно організованого піару є те, що ця робота спрямована не стільки на миттєвий результат, скільки на досягнення довгострокових вигод.

До прийомів «чорного» піару відносяться: новини, а точніше засіб їх передачі. У «чорному» піарі передача новин здійснюється з малопомітними елементами навіювання.

Таким чином, у об'єкта піару складається певна точка зору, вигідна саме для суб'єкта (фірми, компанії або окремої людини).



Незамінним прийомом «чорного» піару є зміщення акцентів, пріоритетів при подачі інформації, так звана переробка.

При цьому не вигідні для нас частини просто викидаються із загального потоку, тим самим змінюючи кінцеве сприйняття, результатом цього часто стає отримання зовсім неправдивої інформації.

Контр-реклама, антиреклама, створення штучної проблеми – все це прийоми «чорного» піару.



Прийоми «білого» піару чітко поділяються за результатами: для споживача, для компанії і для персоналу компанії.

Діяльність «білого» піару дозволяє компанії завоювати позицію на ринку і посилити своє становище серед конкурентів.

Для споживача результат «білого» піару не менш очевидний.

Компанії з хорошим іміджем будуть користуватися попитом серед виробників, так само споживачі продукції виробленої популярною компанією гордо демонструватимуть приналежність до неї. Як правило, персонал успішної організації відчуває гордість за свою причетність до отриманого результату, що так само позитивно вплине на працездатність.

Розглядаючи вплив «кольору» на ефективність, можна сказати, що вона практично дорівнює в обох видів.

Різниця існує лише від сфери застосування технології.



Вірусний PR

- Особливість вірусного піару в тому, що він поширюється сам по собі через спілкування між людьми, головне придумати цікаву тему, яку обговорюватимуть (у вітрині магазину поставити моделі в купальниках, влаштувати флеш-моб).

Соціальний PR

- Використовується для формування позитивних моделей поведінки (благодійність, донорство). Крім того, останнім часом під соціальним піаром стали розуміти активність компанії в соціальному середовищі (приклад такого виду в інтернеті – діяльність у спільнотах соціальних мереж).

Конфліктний PR

- Методи конфліктного піару застосовують у сферах зіткнення інтересів (конкуренції, протистояння бізнесу і держави).

Отже, PR це дуже складна, суперечлива, але в той же час цікава наука. Застосування різноманітних PR-технологій, перш за все полягає в тому, щоб максимально впливати на суспільство, використовуючи різні засоби піар, для формування високої суспільної репутації і популярності фірми. Проте якого б не був кольору PR – він завжди залишиться PR, адже головне його завдання – це «достукатися» до свідомості людей.

4. Планування витрат на рекламу та піар підприємства

Реклама сьогодні:

1. Природній інструмент економіки і важливий регулятор ринкової системи
2. Інструмент впливу при вирішенні економічних, соціальних і інших проблем;
3. Засіб маніпуляції споживчою поведінкою за допомогою різних засобів масової інформації

Рекламна кампанія – це сукупність заходів, які об'єднані єдиною метою, охоплюють визначений період часу та розподілені в часі так, щоб один захід доповнював інші.

Ознака класифікації	Кампанії
Мета	<ul style="list-style-type: none">- підтримка конкретного товару або послуги- формування іміджу фірми
Територіальне охоплення	<ul style="list-style-type: none">- локальні (місто, район)- регіональні- національні- міжнародні
Терміни проведення	<ul style="list-style-type: none">- короткострокові (до 1 року)- довгострокові (більше року)
Спрямованість	<ul style="list-style-type: none">- цільові, спрямовані на конкретні сегменти ринку- загальної спрямованості, спрямовані на широку громадськість
Інтенсивність	<ul style="list-style-type: none">- рівномірні- зростаючі- спадні

Цілі рекламної кампанії

Головна ціль:
впровадження
товару на ринок,
стимулювання
збуту товарів,
збільшення
долі ринку



Супутні цілі:
створення
ПОЗИТИВНОГО
іміджу
у споживачів,
створення
враження
стабільності



Фінансування

- Складання кошторису,
- Всі передбачені рекламною кампанією витрати поділяються за визначеними задачами,
- Основна частина витрат – придбання місця розміщення реклами, а також її продовженість у часі,
- Вартість реклами повинна відповідати вартості товару, що пропонується.



Економічна ефективність реклами

- Рентабельність реклами

$$P = \frac{\Pi}{U} \cdot 100\%$$

- P – рентабельність реклами в %,
- Π – прибуток, отриманий від рекламування товарів,
- U – витрати на рекламу даного товару.

- "Ефект-витрати"

- Показник ефективності витрат на рекламу у порівнянні з іншими компаніями-конкурентами

$$CEI_{ij} = \frac{V_i \cdot E_j}{E_i \cdot V_j}$$

- CEI – cost efficiency index (показник ефективності витрат),
- V_i, V_j – об'єми продаж фірми і та j за певний період часу,
- E_i, E_j – об'єм затрат на рекламу цих фірм за цей період.

Ефективність засобів реклами

При порівнянні газетних, журнальних, радіо- та телетарифів використовується показник затрат на тисячу (ЗНТ), тобто вартість тисячі рекламних контактів:

$$\text{ЗНТ} = \frac{\text{рекламний тариф (за шпальту чи 30 секунд)}}{\text{сукупний перегляд}} \cdot 1000$$

Для порівняння вартості публікацій рекламних оголошень у газетах використовується показник міллайн, який розуміється як вартість публікації одного рядка тексту в 1 млн. екземплярів тиражу.

Рядок займає площу висотою 1/14 дюйма (0,18 см) і шириною в одну колонку (більшість західних газет публікують рекламні тарифи в розрахунку саме на рядок).

$$M = \frac{T}{\Phi T} \cdot 10^6$$

М – тариф міллайн
Т – тариф за рядок
ФТ – фактичний тираж видання.

Інші показники

Затрати на рейтинг – відношення вартості одного звернення до рейтингу програми чи видання;

RATING



Тарифна ставка видання в розрахунку на 1000 жителів;

Коефіцієнт перекриття, який враховує співпадання аудиторії одних засобів масової інформації з іншими;

Індекс вибірковості – порівняння процента аудиторії, що припадає на долю носія реклами цільового ринку з процентом населення, що складає цей ринок;



Валовий оціночний коефіцієнт (ВОК) – процент аудиторії, яка охоплюється одним рекламним повідомленням.