**Міністерсвто освіти і науки України**

**Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя**

**О. М. Владимир**

**ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

навчально-методичний посібник

Тернопіль, 2016

**УДК 658**

**ББК 65.23я73**

**В 57**

*Рекомендовано до друку кафедрою менеджменту інноваційної діяльності та підприємництва, факультетом економіки та менеджменту Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя*

**Рецензенти***:*

**Андрушків Б. М.**, д-р. екон. наук., проф. (Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя)

**Кужда Т. І.**, канд. екон. наук, доцент (Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя)

В 57 Владимир О. М. Основи підприємницької діяльност: навчально-методичний посібник / О. М. Владимир. – Тернопіль: ФОП Паляниця В. А., 2016. – 168 с.

У навчально-методичному посібнику розкрито сутність, **з**міст, принципи, рушійні сили та умови ведення підприємницької діяльності, види підприємств та проблеми функціонування суб’єктів підприємницької діяльності в сучасних умовах господарювання. Викладено механізм створення та реєстрації власної справи, розглянуто джерела фінансування підприємницької діяльності, подано основи оподаткування, менеджменту та маркетингу підприємницької діяльності в умовах ринкової економіки і конкуренції.

Навчально-методичний посібник розрахований на студентів вищих навчальних закладів, а також допоможе підприємцям-початківцям оволодіти таємницями сучасного підприємництва й відшукати свій шлях до успіху

**УДК 658**

**ББК 65.23я73**

**ЗМІСТ**

**Передмова** ………………………………………………………………3

**Розділ 1. Сутність бізнесу та підприємництва** ………………….…5

* 1. Поняття бізнесу та підприємництва.
  2. Рушійні сили та умови підприємницького бізнесу.

Принципи підприємництва………………………………….

* 1. Власність як економічна основа підприємництва…………

**Розділ 2. Підприємство як організаційна структура підприємництва** ……………………………………………19

2.1. Поняття і функції підприємства……………………………..

2.2. Види підприємств в Україні, та види їх об’єднань……….

2.3. Поняття і види господарських товариств………………..

2.4. Особливості створення підприємства у вигляді акціонерного товариства………………………………………

**Розділ 3. Правові основи організації бізнесу в Україні** ……….. 35

3.1. Принципи та умови організації бізнесу. Механізм створення власної справи…………………………………………………

3.2. Установчі документи та їх підготовка………………………

3.3. Порядок формування статутного капіталу……………………

* 1. Порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності………………………………………………………
  2. Ліцензування і патентування підприємницької

діяльності…………………………………………………………

* 1. Ліквідація та реорганізація суб'єктів підприємницької діяльності…………………………………………………………

**Розділ 4. Фінансування підприємницької діяльності** …………… 55

4.1. Поняття ma функції фінансів.

4.2. Джерела фінансування діяльності підприємства.

4.3. Нетрадиційні джерела фінансування підприємницької діяльності: лізинг, факторинг, форфейтинг.

4.4. Інвестування у підприємницькій діяльності

**Розділ 5. Система оподаткування в Україні** …………………….... 73

5.1. Поняття і значення податків…………………………………

5.2. Види податків…………………………………………………..

5.3. Методи нарахування та утримання податків. Державний бюджет……………………………………………………………………

**Розділ 6. Основи менеджменту** ………………………….………... 83

6.1. Поняття, сутність і види менеджменту…………………

6.2. Функції менеджменту………………………………………….

6.3. Процес прийняття управлінських рішень…………………..

**Розділ 7. Комерційна діяльність підприємницьких структур**……90

7.1. Поняття маркетингу та його роль у бізнесі…………………

7.2. Поняття та класифікація товарів……………………………..

7.3. Торгівля і комерція: їх зміст, класифікація та

відмінності…………………………………………………………

7.4. Комерційні угоди і посередництво у бізнесі………………….

**Розділ 8. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств** ……. 107

8.1. Поняття і види зовнішньоекономічної діяльності підприємств…………………………………………………………..

8.2. Методи здійснення зовнішньоекономічної діяльності……..

8.3. Валюта та платіжний баланс………………………………….

**Зразок тестів модульного контролю** ………………………………131

**Методичні вказівки до виконання контрольної роботи** ……….136

**Варіанти контрольних робіт** ………………………………………..138

**Перелік питань, що виносяться на залік** ………………………... 140

**Термінологічний словник** …………………………………………..142

**Список літератури** …………………………………….……………. 162

**ПЕРЕДМОВА**

Економіка будь-якого суспільства представлена сукупністю різних видів діяльності, направленої на створення матеріальних благ. Одним з основних видів людської діяльності в ринковій економіці є підприємницька.

За своєю економічною природою підприємницька діяльність – це економічні відносини, що виникають між людьми з приводу організації власної справи, виробництва, їх функціонування з метою отримання прибутку.

Підприємництво є однією з головних складових ринкової системи господарювання. На нього покладено розв’язання таких важливих економічних і соціальних завдань, як насичення національного ринку різноманітними благами, розв’язання проблеми зайнятості населення та сприяння становленню середнього класу, розвиток конкуренції, формування господарської культури тощо.

Ринкова трансформація економіки України передбачає новерозуміння функції підприємництва і підготовки нового покоління підприємців, що знає менеджмент, орієнтується в економічному та правовому просторі функціонування підприємницьких структур, вміє оцінити ступінь ризику й ухвалювати адекватні управлінські рішення. Функціонування економіки України за умов поступової інтеграції до світового економічного простору потребує підготовки фахівців, які були б здатні до переосмислення сучасних господарських реалій, вироблення нових підходів до аналізу трансформаційних процесів, виходячи із загальноцивілізованих засад еволюції світової економіки. В теперішніх умовах господарські підприємства несуть повну відповідальність за результати своєї діяльності. Це вимагає від них адекватного підходу до підготовки кадрів, здатних по-новому підійти до поставлених завдань і організувати виробництво відповідно до потреб ринку.

Мета посібника – формування системи базових знань у студентів із організації, функціонування та правового регулювання підприємницької діяльності, розкриття закономірностей та особливостей розвитку підприємницької діяльності в Україні, формування навичок підприємницького мислення, цілісного бачення проблем підприємницької діяльності; озброєння студентів уміннями, необхідними для організації власної справи.

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

***Предметом дисципліни*** є вивчення та дослідження закономірностей організації та розвитку підприємницької діяльності, законів та принципів функціонування підприємств, ролі підприємництва у розвитку економічно-соціального, науково-технічного та інноваційного розвитку країни

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

* з’ясувати місце дисципліни у навчальному процесі, розкрити її основну мету та визначити основні категорії підприємництва;
* дати чітке уявлення про загальнотеоретичні засади підприємництва;
* ознайомити із сучасним станом розвитку підприємництва та його проблемами;
* сформувати у студентів цілісне бачення проблем підприємницької діяльності;
* озброїти студентів навичками і вміннями, необхідними для організації власної справи.

Дисципліна «Основи підприємницької діяльності» тісно пов’язана з такими навчальними курсами, як «Менеджмент», «Основи економічних теорій», «Соціально-психологічні аспекти в бізнесі».

**РОЗДІЛ 1**

**СУТНІСТЬ БІЗНЕСУ ТА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

* 1. **Поняття бізнесу та підприємництва**

Перспективний розвиток економіки неможливий без таких її складових як бізнес та підприємництво.

Як вже зазначалося, економіка кожного суспільства є сукупністю різноманітних видів діяльності, результатом якої є створення матеріальних і нематеріальних благ, їх рух до споживача для задоволення потреб.

Бізнес як економічна категорія – це діяльність, яка історично виникла в процесі розвитку суспільства, і з кожним етапом змінювалася, вбираючи в себе його відносини та проявляючи їх у господарській діяльності.

Саме бізнес шляхом угоди між покупцем і продавцем вирішує одночасно найважливіші проблеми економіки:

«Що виробляти?» – коли споживачем (покупцем) сплачуються гроші за товар, який він обрав;

«Як виробляти?» – конкуренція між виробниками;

«Скільки виробляти?» та «Як розподіляти?» – співвідношення попиту та пропозиції.

*Попит -* це кількість продукції, яку споживачі здатні придбати на ринку за певну ціну.

*Пропозиція -* це кількість продукції, яку виробник може доставити на ринок *у* певний час і за відповідну ціну.

Сучасний бізнес, пройшовши вікову еволюцію, дещо відрізняється від бізнесу феодального чи рабовласницького ладу.

***Бізнес*** *–* це ділові відносини між людьми; діло, спрямоване на вирішення завдань, пов'язаних із здійсненням на ринку обміну товарами, роботами, послугами між суб'єктами економічних відносин з метою одержання економічних вигод.

Можна виділити наступні характерні ознаки бізнесу:

*-* обмін продуктами діяльності (товарами, роботами, послугами) між суб'єктами економіки;

- прагнення кожного учасника обміну товарами, роботами, послугами реалізувати свої інтереси незалежно від того, чи реалізуються при цьому інтереси контрагентів (партнерів);

- прагнення до нав'язування своїх інтересів у випадку, коли контрагенти (партнери) відмовляються приймати умови ділового спілкування (угоди), які їм пропонуються;

- участь у процесі підготовки чи укладання угоди між партнерами;

- здатність і готовність йти на особистий (чи колективний) ризик заради укладання угоди на вигідних умовах.

У розумінні американців *бізнес має декілька значень:* будь-яка справа, купівля, комерційне або виробниче підприємство, комерційна практика чи політика окремого підприємства або цілої фірми. У сучасному підприємництві синонімами бізнесу є також комерція – торгівля, ділова активність. Гарвардська школа бізнесу керується такою аксіомою: «Бізнес» – це вміння приймати правильні господарські рішення в умовах невизначеності».

Бізнес для американців став культом, сенсом усього життя. До бізнесу привчають з дитячих років. Багаті батьки радіють, коли їх десятирічний син приносить додому перший долар, отриманий від продажу газет. У США щорічно з'являються близько 650 тис. нових бізнесменів. Підприємства малого бізнесу створюють біля 60 % внутрішнього національного продукту США. При цьому близько 70% з них зазнають краху протягом 5 років.

Бізнес здійснюється заради одержання прибутку від результатів діяльності у найрізноманітніших сферах – виробництві й торгівлі товарами та послугами, банківській і страховій справах та багатьох інших.

Суб’єктів бізнесу, тобто осіб, які ним займаються, називають ***бізнесменами***або ***комерсантами.***Діяльність бізнесмена полягає у вкладенні в справу грошей, а після її завершення - поверненні здійснених вкладень. Це відбувається лише за наявності стартового капіталу, тобто коштів, які можуть забезпечити організацію і здійснення власної справи. Історія знає безліч випадків, коли невміння накопичувати й зберігати грошові кошти призводило до банкрутства бізнесмена, і, навпаки, талант бережливості приносив людям світову славу.

Створення власної справи – це завжди дуже великий ризик і подолання труднощів, які при цьому обов'язково виникають. Бізнесмен-початківець повинен чітко розуміти, що він буде не тільки використовувати блага, але й нести повну відповідальність за свій бізнес, його результати. Тому для кожного, хто розпочинає власну справу, досить важливим є визначення її стратегії та тактики, бачення перспективи розвитку.

Стратегія завжди пов'язана з постановкою певних задач задля досягнення мети.

безпеки громадян, розвиток військово-промислового комплексу.

Як свідчить досвід США та Європи, *найперспективнішими є наступні сфери бізнесу*:

1. Надання різних видів ділових послуг (консультації, бухгалтерський облік, юридичні послуги, реклама).

2. Громадське харчування.

3. Роздрібна торгівля різноманітними споживчими товарами.

1. Ремонт автомобілів.
2. Будівництво будинків, дач, гаражів, ремонт квартир, офісів.

Однією з категорій бізнесу і, відповідно, складовою економіки, є підприємництво.

Здійснення підприємницької діяльності регулюється законодавством, відповідно до якого ***підприємництво*** *–* це господарська діяльність, що здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою отримання прибутку.

Вперше термін «підприємець» як економічна категорія з'явився на початку XVIII ст. у Європі в економічному словнику Р. Кантільйона, де підприємцем називалася людина, що приймає рішення і задовольняє свої потреби в умовах невизначеності. Дохід підприємця - це плата за ризик.

*Господарська діяльність* – це діяльність суб'єктів підприємництва, яка пов’язана з реалізацією продукції, виконанням робіт, наданням послуг, метою якої є отримання прибутку.

Підприємницька діяльність слугує не лише інтересам розвитку індивідуума, тобто інтересам підприємця, але й суспільства в цілому. Така діяльність створює додаткові умови для розвитку держави, покращує економічний стан країни, стабілізує політичну ситуацію.

Характерною ознакою підприємництва є пошук клієнтів, грошей, матеріалів, транспорту, приміщень, контактів, зв'язків.

Іноді поняття «підприємництво» помилково ототожнюють з поняттям «бізнес». Вони дійсно є дуже близькими, але не тотожними. ***Бізнес*** – поняття набагато ширше ніж підприємництво, воно охоплює всі відносини, що виникають між учасниками ринкових відносин, і включає діяльність не лише підприємців, але й споживачів, найманих працівників, а також державних структур. Тобто *бізнес*, на відміну від підприємництва, включає будь-який вид діяльності (навіть афери), що приносить дохід або особисту користь.

*Суб’єктами підприємницької діяльності* можуть бути громадяни України та інших держав, які за законодавством не обмежуються у правоздатності чи дієздатності , та юридичні особи всіх форм власності.

Існує кілька категорій суб’єктів підприємництва. Головним суб’єктом є сам підприємець (приватна чи юридична особа).

В узагальненому розумінні ***підприємець*** *–* це особа, яка вкладає власні засоби в організацію справи та бере на себе особистий ризик, пов'язаний з її результатами, а також всю відповідальність за кінцеві результати діяльності як індивідуальної, так і колективної. Підприємець може займатися будь-якими видами господарської діяльності, що незаборонені законодавством.

У процесі господарювання підприємець змушений взаємодіяти з іншими категоріями суб'єктів підприємництва: споживачами; державою; конкурентами; постачальниками тощо.

*Об’єктом* підприємництва є продукт, створений підприємцем, який потенційно може задовольнити конкретну потребу споживача, бути проданим, принести підприємцю прибуток, а суспільству – користь.

Існування підприємництва можливе лише за наявності економічної свободи, яка включає в себе:

- економічну самостійність (можливість вільного вибору видів діяль­ності, форми власності та господарювання, вільне розпорядження прибутком, встановлення господарських контактів тощо);

- економічну відповідальність (відповідальність за результати господарювання, за прийняті рішення, договірні зобов'язання тощо своїм майном, продукцією, коштами, відшкодування завданих збитків та інші види відповідальності);

- економічну рівноправність (рівні економічні умови для будь-якого виду діяльності, форми власності, обсягів бізнесу: оподат­кування, доступ до ресурсів, розподіл прибутку, інвестиційна, кредитна, інноваційна політика тощо).

При існуванні достатнього рівня економічної свободи підприємництво може реалізувати свої головні функції.

Характерними ознаками підприємництва є господарський ризик і відповідальність, високий ступінь діловитості і динамізму, уміння боротися. Підприємницьку діяльність доводиться здійснювати в умовах високого рівня невизначеності. Тому характерною ознакою підприємництва є неминучість ризику та загроза втрат. *Ризик –* це можливість понесення збитків внаслідок здійснення будь-якої справи.

Підприємець ризикує багато чим. Вкладаючи кошти у виробництво, підготовку виробу до продажу, він не знає як відреагує ринок на його продукцію. Як відомо, підприємницька діяльність здійснюється заради отримання прибутку, однак підприємець ніколи не може бути впевнений у його отриманні. Можливо, його продукція не буде користуватися популярністю і він понесе збитки. Однак, у той же

• *систему контактів об’єкта управління* (споживачів товару (замовника), конкурентів на ринку постачальників сировини, енергетичних ресурсів, банки, біржі, підприємства, фірми, інспекції (податкову, безпеки праці, екологічну, санітарну, пожежну, митну, профспілкову), громадські органі­зації регіону).

**4) Слід дотримуватися:** законів,кодексу честі.

**5) Необхідно вміти:** визначати стратегію підприємства, ставити цілі та завдання, ризикувати, аналізувати, планува­ти, передбачати, керувати персоналом, фінансами, виробництвом, якістю, знаходити компромісні рішення.

Формула успіху в бізнесі виглядає так:

* 1. **Рушійні сили та умови підприємницького бізнесу. принципи підприємництва**

*Основними рушійними силами підприємницького бізнесу* є:

1. Потреби та інтереси класу підприємців. (реалізація власної мети, отримання задоволення від своєї роботи, від застосування знань і здібностей, що є ознакою економічної свободи, або ж самозбагачення, привласнення максимальних прибутків чи реалізація свої ідей, винаходів тощо).

2. Дія закону зростання потреб, що відображає внутрішньо необхідні сталі й суттєві зв'язки між прогресом продуктивних сил, еволюцією відносин економічної власності та розвитком сутнісних сил людини. Дія цього закону щодо підприємців виявляється у тому, що привласнення ними більшого прибутку у поточному році дає змогу водночас збільшити обсяги виробництва та особистого споживання, майна, що, у свою чергу, породжує прагнення отримати ще більші прибутки наступного року. Задоволення одних потреб розширює коло нових бажань і потреб, прагнення економічної та політичної влади.

3. Конкурентна боротьба між товаровиробниками. Щоб вижити у такій боротьбі, необхідно постійно вдосконалювати виробництво, а отже, впроваджувати нову техніку, поліпшувати організацію виробництва і праці тощо.

4. Тип економічної системи, зокрема такі її ознаки, як економічна демократія та економічна свобода. Вони зумовлюють «дух» підприємництва.

5. Прагнення підприємців задовольнити суспільні потреби, зокрема потреби споживачів. Ця мета хоч і є похідною стосовно максимального привласнення прибутків, проте відіграє відносно самостійну роль серед стимулів бізнесу, а отже, його рушійних сил.

6. Стабільна та ефективна політика держави, спрямована на підтримку бізнесу. Вона здійснюється шляхом надання податкових пільг, кредитів, субсидій, звільнення новостворених підприємств у перші роки від податків тощо.

Значну роль у формуванні стимулів розвитку підприємницького бізнесу відіграють його умови та принципи.

З метою ефективного і стабільного розвитку бізнесу необхідно створити певний комплекс умов в усіх сферах суспільного життя: економіці, праві, політиці (створення законодавчої і нормативної бази; дотримання конкурентного режиму господарювання; формування ринкової інфраструктури; стимулювання бізнесу).

В *економічній сфері* найважливішими умовами є:

1) наявність різних типів та форм власності, які визнані чинним законодавством рівноправними і можуть конкурувати між собою у боротьбі за ринки збуту, сфери прикладання капіталу тощо;

2) розвинута інфраструктура підтримки бізнесу: консультаційних центрів з питань управління підприємствами, курсів і шкіл підготовки підприємців, інноваційних центрів тощо;

3) стабільна, науково обґрунтована економічна політика держави, в тому числі політика підтримки бізнесу, передусім дрібного;

4) державне регулювання економіки, насамперед за допомогою економічних важелів;

5) раціональна економічна, зовнішньоекономічна політика, зокрема продумана політика протекціонізму, захисту вітчизняного товаровиробника.

У *сфері права* основними умовами ефективного функціонування бізнесу є:

1) ефективна та стабільна законодавча база;

2) розвинуте антимонопольне законодавство та наявність достатніх механізмів його реалізації;

3) ефективна система захисту інтелектуальної власності (винаходів, патентів, ліцензій та ін.);

порівняльними перевагами.

Принцип ризикованості. Підприємницька діяльність за своєю суттю є ризикованою. Підприємницький ризик — це можливість втрати ресурсів чи неодержання доходів, що не можуть бути покриті ніякими схемами засторог порівняно із запланованим варіантом. Разом із тим незастрахований ризик — це і джерело прибутку. До проблеми ризику слід підходити з двох позицій: оцінки ризику та управління ризиками.

Принцип конкуренції. Конкуренція спонукає до опрацювання стратегії і тактики поведінки господарюючих суб’єктів (підприємців) як таких, що спрямовані на постійний пошук нового, рух вперед, маневрування ризиком, забезпечуючи таким чином не тільки виживання, але й одержання максимального прибутку. Конкуренція між підприємцями є джерелом інновацій. Водночас, конкуренція – могутній механізм відбору підприємців. Тому важливим принципом підприємницької діяльності є конкурентоспроможність її результатів – вироблених товарів та наданих послуг.

Приймаючи рішення, підприємець виходить із власних цілей, цілей свого підприємства, а також цілого ряду інших параметрів. Одним із них є мотивація. Мотивація підприємництва – це спонукання людини до провадження підприємниць­кої діяльності. Основними мотивами підприємництва такі: матеріальна зацікавленість, прагнення до власності, прагнення до влади, свобода прийняття рішень, підвищення власного соціального статусу, самореалізація, успішний приклад друзів, знайомих, сусідів, набуття незалежності.

* 1. **Власність як економічна основа підприємництва**

Для з'ясування ролі бізнесу в економічному розвитку суспільства, необхідно розглянути його економічну основу, якою виступає власність. Ключовим моментом будь-якого економічного процесу є питання про те, кому і що належить. Інакше кажучи, питання про власність.

Проблема власності постає для кожної людини з дитинства. В основі багатьох конфліктів - від дрібних суперечок у супермаркеті до світової війни – лежить невміння чи небажання провести межу між «МОЄ» і «ЧУЖЕ». Наявність власності є об'єктивною потребою людини володіти будь-чим: землею, нерухомістю, машинами, цінними паперами, а також духовною, інтелектуальною власністю, адже, не маючи нічого, просто не можливо вижити.

Більшість людей помилково під власністю розуміють належність речі людині, або ж, що вже є абсурдом, просто речі – продукти природи чи діяльності людей. Але власність за своєю суттю не може бути зведеною до відношення «людина – річ» саме тому, що людина за природою – істота суспільна, вона живе та розвивається в суспільстві і тому виробляти та привласнювати матеріальні блага поодинці не може.

Згадайте історію Робінзона Крузо, який опинився на безлюдному острові. У даній ситуації ставлення Робінзона до речей, які йому залишилися після аварії корабля, а також до предметного світу острова, на якому він жив (води, тварин, птахів тощо), не можна назвати власністю. Так, ці речі та предмети перебували під владою, під пануванням волі Робінзона, він володів ними, розпоряджався, використовував, але вони не були його власністю.

Однак, все змінилося з появою П'ятниці. Тепер вже всі ті речі, якими володів, розпоряджався, використовував Робінзон, стають об'єктом життєвих інтересів і П'ятниці. Звісно ж, у даному випадку, між ними не могли не встановитися певні взаємовідносини щодо відношення до тих речей, які їх оточували. Саме ці взаємовідносини стали основою для формування власності Робінзона та П'ятниці, які володіли певними речами, користувалися ними і, головне, обмінювалися ними.

Власність існує лише у відносинах між людьми. Подібно до того, як мова не могла виникнути та розвиватися поза спілкуванням людей, так неможливе виникнення власності поза відносинами людей один з одним. Тобто, про власність можна говорити лише тоді, коли вона є предметом суспільних відносин між людьми.

Звідси можна дати перше визначення власності.

*Власність –* це не речі самі по собі та не ставлення людини до них, а суспільні відносини між людьми. Однак, у даному визначенні відсутній предмет відносин власності, тобто немає відповіді на питання, з приводу чого вони виникають. Як було сказано раніше, люди вступають у відносини з приводу привласнення корисних благ (предметів, речей). Тому можна дати остаточне та повне визначення власності.

бмежені правом власності власника);

- ***розпорядження*** – здійснення влади власником над об'єктом власності, тобто управління ним (наприклад, Ви маєте дім і самі вирішуєте як буде він використовуватися: будете самі в ньому жити або здасте в оренду);

*-* ***користування*** *–* використання речі за призначенням, не будучи її власником (наприклад, Ви маєте землю, на якій вирощуєте продукти харчування для задоволення власних потреб).

Власність реалізується у різних функціональних формах. Купивши жувальну гумку, ми можемо розпоряджатися нею за власним бажанням (жувати, подарувати товаришу, викинути на смітник). Але ми не можемо за своїм власним бажанням примусити їхати рейсовий автобус і, тим паче, запустити в космос ракету. Наші можливості у наведених прикладах визначаються різними формами власності: гумка належить нам, автобус – місту, ракета – державі.

На сьогодні законодавством України визначено існування трьох ***основних форм власності****: приватної, державної та колективної.*

*Державною* називають власність, право на яку належить державі, від імені якої розпоряджаються органи управління. Управління державним майном здійснює Верховна Рада України та місцеві Ради народних депутатів, а також уповноважені ними державні органи. Держава має у своєму розпорядженні певне майно, яке забезпечує ефективну діяльність її органів, а також добробут громадян.

*Колективною* називають власність, яка належить трудовим колективам державних підприємств, колективам орендарів, колективним підприємствам, кооперативам, господарським товариствам, професійним спілкам, політичним партіям, а також релігійним організаціям, які є юридичними особами.

*Приватною* називають власність, правом на яку володіє конкретна людина.

Усі вищерозглянуті форми власності здійснюють досить вагомий внесок в економіку, бізнес, підприємництво. Але економічною основою бізнесу все ж таки вважається саме приватна власність.

Історія не знає прикладів переходу до ринкової економіки без опори на приватну власність. Відомо, що такі форми власності як групова, колективна, кооперативна, акціонерна, пайова історично виникли з розвитком приватної власності, вийшли з неї та прийшли їй на зміну. Те саме можна сказати і про державну власність.

Маючи приватну власність, кожен може користуватися цими правами, передавати ці права іншим. Такі дії найбільш відповідають інтересам людей, оскільки власність визначає добробут. Власність – це багатство. Коли власність втрачає вартість, її власник втрачає частину багатства. Право приватного володіння власністю змушує нас працювати більше і продуктивніше, що, у свою чергу, призводить до економічного зростання.

Таким чином, приватна власність виступає економічною основою підприємництва та розкриває простір для його функціонування і розвитку. Тому слід захищати цю власність і піклуватися про неї.

**Питання для самоперевірки**

1. У чому полягає сутність поняття "економіка"? Охарактеризували його складові.

2. Що є рушійною силою економіки?

3. Що таке бізнес і що є його економічною основою?

4. Що таке стратегія та тактика бізнесу?

5. У чому різниця між поняттями “бізнес”, “підприємництво”, “діло”?

6. Які є форми бізнесу? В чому їх сутність?

7. Що таке власність? Які існують форми власності в Україні

**Питання для самостійного вивчення:**

* + 1. Як трактується підприємницька діяльність згідно із Законом України “Господарський кодекс України”?
    2. Які проблеми притаманні підприємництву в Україні?
    3. Як Ви розумієте поняття “вуличне підприємництво”?
    4. Яка модель поведінки, на Ваш погляд, характерна для підприємця в Україні?

**Теми рефератів:**

1. Видатні бізнесмени світу та історія їх успіху.

2. Видатні бізнесмени України.

3. Еволюція відносин власності та новітні форми власності.

4. Обмеження в підприємницькій діяльності.

5. Економічна основа підприємництва.

6. Види підприємницької діяльності.

7. Проблеми розвитку підприємництва в Україні.

**РОЗДІЛ 2**

**ПІДПРИЄМСТВО ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНА СТРУКТУРА ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**2.1.Поняття і функції підприємств**

Підприємці мають змогу реалізувати свій підприємницький потенціал, об’єднуючись у такі організаційно-правові структури як підприємства. Підприємство є основною ланкою бізнесу, адже саме воно здійснює виробництво матеріальних благ і надання послуг.

Виникають питання, що ж таке суб’єкт господарювання? Хто ним може бути?

В Україні суб'єктами господарювання є фізичні та юридичні особи, а також філії, представництва, інші відокремлені підрозділи господарських організацій, утворені ними для здійснення господарської діяльності.

***Юридичною особою***називають будь-який господарюючий суб'єкт, якому притаманні наступні *ознаки:*

1) наявність відокремленого майна, яким володіє юридична особа на правах власності, тобто майно цієї особи повинне бути відокремлене від майна її власників;

2) самостійність і цілісність її організаційної структури, що закріплено в Статуті, і впливає на діяльність юридичної особи. Під організаційною структурою у даному випадку розуміють сукупність виробничих структурних підрозділів (наприклад, виробництв, цехів тощо) та функціональних структурних підрозділів апарату управління (наприклад, управлінь, служб тощо);

3) можливість вступати у договірні відносини з іншими господарюючими суб'єктами від свого імені, що призводить до виникнення відповідних прав і обов'язків;

4) відповідальність за всіма своїми зобов'язаннями;

5) наявність печатки, рахунків у банку, самостійного балансу та ідентифікаційного коду.

*Учасниками юридичної особи можуть бути як фізичні так і юридичні особи.*

***Фізичною особою***можуть бути громадяни України, іноземні громадяни та особи без громадянства.

Для того, щоб фізичні та юридичні особи були повноцінними суб'єктами господарювання, вони повинні мати право- та дієздатність.

У процесі своєї господарської діяльності підприємство вступає у різноманітні відносини з іншими підприємствами, організаціями, окремими фізичними особами з приводу оплати праці працюючих, придбання сировини, товарів, обладнання, отримання кредитів тощо. При цьому підприємство мас певні *права* (на здійснення підприємницької діяльності, звернення за позикою до банку, захисту комерційної таємниці тощо), а також *обов'язки* (забезпечення належного рівня оплати праці працівників, охорона їх праці, сплата податків до бюджету тощо).

Вирішивши займатися підприємницькою діяльністю, потрібно пам'ятати про необхідність дотримання наступних *принципів:*

- вільний вибір підприємцем видів підприємницької діяльності (виробництво певної продукції, торгівля певними видами товарів тощо);

- самостійне формування підприємцем програми діяльності, вибір постачальників і покупців продукції, яка виготовляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежене законодавством, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до чинного законодавства;

*-* вільний найм працівників підприємцем;

*-* комерційний розрахунок і власний комерційний ризик;

- вільне розпорядження прибутком, що залишається у

Основою для назви підприємства є ділова репутація юридичної особи на ринку, відносини з іншими юридичними особами, державними органами, а також усе те, що визначає питому вагу підприємства на ринку. Отже, назва підприємства дає змогу виділити його з-поміж інших і встановити відмінності між суб'єктами підприємницької діяльності. Причому значення й економічна цінність назви зростають, коли підвищується репутація підприємства на ринку.

Саме тому при виборі назви підприємство повинне дотримуватися таких принципів:

- *зрозумілість і відповідність назви*. Підприємства не повинні назвою вводити в оману партнерів і клієнтів щодо розмірів і виду їх діяльності. Не дозволяється, наприклад, страховому агенту з Житомирського відділення Української страхової компанії обрати за назву «Європейська страхова компанія» або «Укрлізинг»;

- *винятковість назви,* яка вимагає, щоб зареєстрована назва належала тільки одному підприємству;

- *стабільність назви.* Цей принцип передбачає, що назва підприємства повинна бути постійною. При зміні власника попередню назву юридичної особи можна зберегти, але для цього необхідна згода попереднього власника;

*- гласність назви,* що зумовлює зобов'язання підприємця зареєструвати назву свого підприємства.

Найменування підприємства розміщується на його печатках, бланках документів, рекламних плакатах, товарних знаках тощо.

Юридична особа не має права використовувати найменування іншої юридичної особи. Слід врахувати, що деякі найменування можуть використовувати лише спеціалізовані підприємства (організації). Так, наприклад, слово «банк» може бути найменуванням юридичних осіб, які мають ліцензію на здійснення банківської діяльності та зареєстровані Національним банком України.

за ініціативою підприємств, незалежно від їх виду, які на добровільних засадах об'єднали свою господарську діяльність.

*Державне (комунальне) господарське об’єднання* підприємств утворюється державними (комунальними) підприємствами за рішенням Кабінету Міністрів України або у визначеному законодавством порядку, рішенням міністерств (інших органів, до сфери управління яких входять підприємства, що утворюють об'єднання) або рішенням компетентних органів місцевого самоврядування.

Господарські об'єднання можуть мати різні організаційно-правові форми.

В Україні можуть створюватись два типи об’єднань підприємств: ***добровільні*** та ***інституціональні***.

Серед *добровільних* можна виділити:

***Асоціації*** – найпростіша форма договірного об’єднання підприємств (фірм) з метою постійної координації господарської діяльності (не має права втручатися у виробничу та комерційну діяльність будь-якого з її учасників).

***Корпорації*** – договірні об’єднання суб’єктів господарювання на засаді інтеграції їхніх науково-технічних, виробничих та комерційних інтересів, з делегуванням окремих повноважень для централізованого регулювання діяльності кожного з учасників.

***Консорціуми*** – тимчасові статутні об’єднання промислового й банківського капіталу для досягнення загальної мети.

***Концерни***– форма статутних об’єднань підприємств, що характеризується єдністю власності й контролю; об’єднання відбувається найчастіше за принципом диверсифікації, коли один концерн інтегрує підприємства різних галузей економіки (промисловість, транспорт, банки тощо). Суб’єкти господарювання втрачають свою самостійність, підпорядковуючись фінансовим структурам.

Державні та комунальні господарські об'єднання переважно у формі корпорацій або концернів.

Також підприємства можуть бути учасниками промислово-фінансової групи (ПФГ).

***Промислово-фінансова група*** *–* це об'єднання, яке створюється за рішення Кабінету Міністрів України на певний строк з метою реалізації державних програм розвитку пріоритетних галузей виробництва та структурної перебудови економіки.

**2.3. Поняття і види господарських товариств**

При виборі організаційно-правової форми підприємства часто надають перевагу господарським товариствам, враховуючи їх наступні позитивні моменти:

* простота створення підприємства;
* реальна можливість залучення необхідних інвестицій;
* можливість діяльності у різних сферах народного господарства (банківська, страхова, інвестиційна діяльність, промисловість, сільське господарство, транспорт тощо).

*Господарські товариства* є юридичними особами, які можуть здійснювати будь-який вид підприємницької діяльності, що не суперечить чинному законодавству України. Засновниками та учасниками товариства можуть бути підприємства, організації, установи, тобто юридичні особи України, а також громадяни України; водночас, ними можуть бути іноземні особи, особи без громадянства, іноземні юридичні особи, а також, міжнародні організації.

*Господарські товариства* мають право здійснювати свою діяльність лише на підставі установчих документів.

Установчі документи повинні містити відомості про вид товариства, предмет і цілі його діяльності, склад засновників і учасників, найменування та місцезнаходження товариства, розмір і порядок формування статутного капіталу, порядок розподілу прибутків і збитків, склад і компетенцію органів управління та порядок прийняття ними рішень, а також порядок внесення змін до установчих документів і порядок ліквідації та реорганізації товариства. Необхідно відмітити, що у випадку відсутності зазначених відомостей в установчих документах товариству може бути відмовлено в державній реєстрації.

Лише після державної реєстрації товариство може розпочинати свою діяльність. Вважається, що господарське товариство створюється на невизначений строк, набуваючи статусу юридичної особи з дня його державн6ої реєстрації у порядку, визначеному чинним законодавством України. Проте, слід розуміти, що товариство – це ціла система, яка поєднує у собі різних суб’єктів з різними інтересами. Для того, щоб ця система нормально функціонувала, держава визначає на законодавчому рівні їх права та обов’язки. Так, учасники господарського товариства мають право:

* брати участь в управлінні справами товариства у порядку, визначеними установчими документами;
* брати участь у розподілі прибутку товариства та одержувати його частку (дивіденди);
* одержувати інформацію про діяльність товариства. На

*прибутку.*

В Україні виділяють наступні ***види господарських товариств***: товариства з обмеженою відповідальністю, товариства з додатковою відповідальністю, повні товариства, командитні товариства та акціонерні товариства (рис. 2.1).

Господарські товариства відіграють провідну роль у формуванні ринкових відносин в Україні. Чинне законодавство дає можливість обирати оптимальну організаційно-правову форму підприємства для того, щоб створити сприятливі умови для формування, становлення і розвитку вітчизняного ринку товарів і послуг. Тому слід детальніше вивчити особливості створення, управління та діяльності господарських товариств різних видів тля того, щоб враховувати їх переваги та недоліки.

***Рис.2.1. Види господарських товариств в Україні***

**2.4. Особливості створення підприємства у вигляді акціонерного товариства**

**Акціонерне товариство**

*Акціонерним* є товариство, статутний капітал якого поділений на визначену кількість акцій однакової номінальної вартості, і учасники якого несуть відповідальність за зобов’язаннями товариства лише у межах вартості належних їм акцій. Наприклад, якщо Ви придбали акції акціонерного товариства за 10 000 грн., а воно з часом збанкрутувало, то Ви втратите лише ті 10 000 грн., за корті придбали акції акціонерного товариства.

Акціонерне товариство діє на основі розробленого засновниками товариства та затвердженого Загальними зборами Статуту, яким передбачається максимальна сума, на яку можуть бути випущені акції за їх *номінальною вартістю* (вартістю, зазначеною на акції). Ця сума по-іншому називається статутним капіталом.

В Україні діють акціонерні товариства публічного та приватного (відкритого і закритого) типу, що також зазначається у Статуті. В першому випадку його акції вільно продаються усім бажаючим, у другому – тільки обмеженому колу осіб (як правило, тільки працівникам даного підприємства).

*Публічним акціонерним товариством* є товариство, акції якого можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки та купівлі-продажу на біржах. АТ відкритого типу є найбільш поширеним у країнах з ринковою економікою.

*Приватним акціонерним товариством* є товариство, акції якого розповсюджуються між засновниками, членами трудового колективу та не можуть розповсюджуватися шляхом відкритої підписки, купуватися і продаватися на біржі.

Акції акціонерного товариства приватного типу продаються лише заздалегідь визначеним особам, засновникам, членам адміністрації, працівникам. Перехід акцій від одного акціонера до іншого повинен відповідати порядку, визначеному в Статуті.

Особа, яка купує акцію або пакет акцій, стає акціонером даного АТ і отримує право на частину його прибутку, яка називається *дивідендом*, та відповідну кількість голосів (одна проста акція – один голос) на Загальних зборах. Відомо, що скупивши більше половини всіх акцій товариства (контрольний пакет), можна отримати повний контроль за його діяльністю. Величина контрольного пакету акцій не є сталою. Іноді у великих АТ володіння 10% акцій дає право на контрольний пакет.

Отже, акціонерне товариство – це більш складна, на відміну від інших видів товариств, колективна форма володіння підприємством.

***Акція***

*Акція* є цінним папером, що засвідчує частку її власника у статутному капіталі товариства та наділяє його певними правами. Вона, насамперед, є свідоцтвом про вкладення у товариство частини капіталу.

Подібно до грошей, акції виготовляють із паперу особливого виду із застосуванням різноманітних засобів захисту, які запобігають підробці. *Акція повинна мати наступні реквізити:*

* *назва цінного паперу –* «Акція», її порядковий номер, серія і дата випуску;
* *найменування підприємства,*яке випустило акцію, його місцезнаходження;
* *розмір статутного капіталу акціонерного товариства* на момент випуску акції (інколи додають ще й кількість випущених акцій);
* *підписи керівника та головного бухгалтера підприємства,* закріплені печаткою;
* *номінальна вартість акції.* Проте номінальна вартість не є єдино можливою ціною акції. Наприклад, для працівників самого АТ акції можуть поширюватися за більш дешевою, *емісійною ціною* (ціною випуску). Випуск акцій називається *емісією.* На фондових біржах встановлюється ринкова (реальна) ціна або біржовий курс акцій, що залежить від попиту і пропозиції на них.

Класифікацію акцій наведено на рис 2.2. А основні відмінності між простими та привілейованими акціями наведено в таблиці 2.2.

*Таблиця 2.2*

Рішення про емісію акцій приймають на Загальних зборах акціонерів. Акціонерні товариства мають право випускати цінні папери відповідно до законодавства України про цінні папери та фондову біржу. Емісія акцій та інформація про неї реєструється в порядку, визначеному Міністерством фінансів України.

Дивіденди нараховуються підприємством із чистого прибутку після розрахунків з бюджетом, розподіляються відповідно до установчих документів і виплачуються учасникам після вирахування податку.

За заявою акціонера дивіденди можуть спрямовуватися на поповнення статутного капіталу.

***Рис. 2.2. Класифікація акцій***

Нарахування дивідендів в акціонерному товаристві може здійснюватися один раз на рік. Їх величина встановлюється або у грошовому вираженні, або у відсотковому відношенні до курсу акцій. Акціонерне товариство не може приймати рішення про виплату дивідендів за акціями до повної оплати внесків до статутного капіталу.

За *привілейованими акціями* виплачуються фіксовані дивіденди. Вигода полягає у тому, що за такими акціями дивіденди виплачуються у першу чергу, незалежно від того, чи отримують дивіденди власники простих акцій.

Отже, при недостатньому обсязі прибутку проводиться виплата дивідендів лише за привілейованими акціями. Якщо прибутку не вистачає, то виплата дивідендів за привілейованими акціями відбувається за рахунок резервного капіталу. Незважаючи на наведені переваги, на відміну від власників простих акцій, власники привілейованих акцій не мають права голосу на Загальних зборах акціонерів. Тому такі акції називаються не голосуючими.

**Управлінні акціонерним товариством**

Структура управління акціонерним товариством суттєво відрізняється від структури управління іншими господарськими товариствами (рис.2.3).

***Рис.2.3. Структура управління АТ***

Вищим органом акціонерного товариства є Загальні збори акціонерів. У Загальних зборах мають право брати участь усі акціонери, незалежно від кількості та виду акцій, власниками яких вони є. Брати участь у Загальних зборах можуть і члени виконавчих органів, які не є акціонерами. Акціонери (їх представники), які беруть участь у загальних зборах, реєструються із зазначенням кількості голосів, яку має кожен учасник.

Загальні збори, як правило, збираються один раз на рік для вирішення важливих питань: визначення основних напрямків діяльності акціонерного товариства на перспективу, внесення змін до Статуту, реалізація ключових кадрових питань тощо.

В акціонерному товаристві з числа акціонерів може створюватися *Спостережна рада (Рада акціонерного товариства),* яка представляє інтереси акціонерів у перерві між проведенням Загальних зборів і в межах компетенції, визначеної Статутом, контролює і регулює діяльність правління. Статутом акціонерного товариства або за рішенням Загальних зборів акціонерів на Спостережну раду товариства може бути покладено виконання окремих функцій, що належать до компетенції Загальних зборів. Питання, віднесені Статутом акціонерного товариства виключно до компетенції Спостережної ради, не можуть бути передані на вирішення виконавчим органам товариства.

**Холдингова компанія**

*Холдингова компанія –* це компанія, яка володіє контрольним пакетом акцій іншого підприємства з метою здійснення функцій контролю та управління.

У світовій практиці холдингові компанії є, насамперед, фінансовими центрами, навколо яких об’єднуються окремі компанії, не втрачаючи при цьому своєї самостійності. На сьогодні практично всі найбільші компанії США, Західної Європи та Японії мають у своєму складі фінансовий центр, організований у формі холдингової компанії.

Завдяки холдинговим компаніям вирішуються економічні проблеми, які не під силу вирішити одному окремо взятому підприємству: розробка та реалізація складних технічних програм, освоєння нових технологій, отримання значних сум кредитів, створення нових виробничих потужностей тощо.

**Питання для самоперевірки**

1. Розкрийте сутність поняття "юридична особа", "фізична особа" та "підприємство".

2. Розкрийте сутність класифікації юридичних осіб відповідно до вимог чинного законодавства.

3. Як слід обирати назву підприємства?

4. Які види підприємств в Україні Ви знаєте?

5. Які види об'єднань підприємств в Україні Ви знаєте

**РОЗДІЛ3**

**ПРАВОВІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

**3.1. Принципи та умови організації бізнесу. механізм створення власної справи**

Для створення кар'єри у бізнесі необхідно здійснити чіткий аналіз своїх якостей, здібностей і можливостей, виявити свої слабкі сторони (особливо щодо управління людьми).

***Підприємцем (бізнесменом)*** може бути практично будь-яка людина – інженер, економіст, технік, медпрацівник, продавець, винахідник, робітник, викладач, студент, домогосподарка, пенсіонер. Потрібно лише визначити власні підприємницькі здібності й оцінити можливості стати підприємцем. Проте ефективно здійснювати підприємницьку діяльність зможуть лише ті, хто нестандартно мислить, має силу волі, є цілеспрямованим, працездатним, має натхнення та прагнення до пошуку нового.

Крім того, для досягнення успіху кожен із Вас не повинен відмовлятися від мрії створити власну справу, а постійно вчитися мистецтву бути власником справи, вміти розумно ризикувати, передбачати невдачі та намагатися їх уникати.

Відкриття власної справи – це завжди великий ризик, адже необхідно усвідомлювати, що це не лише можливість (за сприятливих умов) користуватися благами, але й відповідальність за її подальше функціонування та розвиток.

Вихідною точкою, з якої починається власна справа, є ідея, закладена в основу її створення. Це може бути ідея створення нового продукту підприємства або надання нової послуги. Така ідея може бути як власною, так і запозиченою.

Підприємницька ідея – це конкретне знання про те, чим хочеться займатися; це виявлений інтерес, який має конкретні економічні, психологічні та соціальні параметри.

Взагалі, джерел нових ідей безліч: офіційні публікації державних органів влади, позиції вчених, думки бізнесменів, відгуки споживачів, інформація про продукцію, що випускається конкурентами, науково-дослідні і розробки тощо. Проте, носієм нових ідей і механізмів їх реалізації виступає людина і слід враховувати, якщо вона хоче розпочати свою справу, дуже важливо, щоб ідея відповідала її здібностям, особистому покликанню.

Однак, однієї ідеї для створення підприємства замало. Потрібно ще визначити, яким видом діяльності буде займатися підприємство.

**3.2. Установчі документи та їх підготовка**

Будь-яка юридична особа повинна здійснювати свою діяльність, виходячи з положень установчих документів, їх склад залежить від організаційно-правової форми підприємства. Визначення змісту установчих документів – процес складний, відповідальний і потребує підвищеної уваги та знань спеціалістів. Це пов’язано з тим, що дані документи визначають майбутню діяльність підприємства.

*Для формування установчих документів* ***потрібно***, передусім, визначити цілі, завдання та спосіб організації підприємства. Крім того, слід провести попередні переговори з потенційними засновниками для підприємств з колективною формою власності, призначити відповідальних осіб за розробку статуту та установчого договору. При цьому можна використовувати юридичні та економічні консультації щодо змісту установчих документів.

***Установчими документами підприємств*** *можуть бути статут, установчий договір, а також протокол зборів засновників.*

*Статут і установчий договір* підписуються усіма засновниками (учасниками) підприємства. Ці документи тиражують у необхідній для подальшого використання кількості примірників, засвідчують у державного нотаріуса та подають до органів, які здійснюють державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності.

*Статут і установчий договір* не повинні повторювати один одного, хоча найбільш принципові положення слід формулювати ідентично Це стосується, зокрема, найменування підприємства та його місцезнаходження, розміру статутного капіталу, внесків кожною учасника, порядку та строків внесення вкладів розподілу прибутку, формування та повноваження органів управління умов ліквідації юридичної особи При виникненні суперечностей у формулюванні основних положень діяльності підприємства перевагу слід надавати положенням установчого договору.

## Статут

*Завдання статуту* – дати повне уявлення про правовий статус підприємства як самостійного господарюючого суб'єкта, що має права юридичної особи, про його внутрішній механізм управління та самоуправління, режим формування та використання майна підприємства розпорядження його коштами та прибутками У цьому розумінні статут – це документ підприємства, що внутрішньо регламентує, доповнює та конкретизує більшість положень установчого договору.

***Рис. 3.1.******Зміст установчих документів***

*У статуті підприємства мають бути визначені*: точне найменування та місцезнаходження підприємства; його власник (власники) або засновник (засновники); мета та завдання діяльності; органи управління і порядок їх формування; компетенція (повноваження) трудового колективу та його виборних органів; джерела та порядок утворення майна; умови реорганізації і припинення існування підприємства.

**3.3. Порядок формування статутного капіталу**

Ви вже знаєте, що жоден господарюючий суб'єкт не може існувати, не маючи приміщення, обладнання, сировини, грошових коштів. Дані цінності підприємство повинне отримати вже під час його створення від засновників. Вартість одержаних таким чином ресурсів складає суму статутного капіталу юридичної особи, який іноді ще називають стартовим. Він складає основу майна підприємства, що забезпечує можливість функціонування юридичної особи.

***Статутний капітал*** – це зафіксована в установчих документах загальна вартість матеріальних і нематеріальних цінностей, що є внеском засновника (засновників) до капіталу підприємства. Статутний капітал забезпечує підприємство матеріальною базою та грошовими коштами на початку його діяльності та є гарантією стабільності роботи господарюючого суб'єкта.

Порядок формування статутного капіталу та його розмір залежать від виду та організаційно-правової форми підприємства.

Отже, ***статутний капітал*** формується із внесків засновників. Під час діяльності юридичної особи статутний капітал може поповнюватися також за рахунок прибутку від господарської діяльності підприємства, а у випадку потреби – за рахунок додаткових внесків учасників, у тому числі спонсорів. Відповідно до частини 1статті 86Господарського кодексуУкраїни *внеском до статутного капіталу* можуть бути всі види майна – будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; цінні папери; усі види майнових прав на користування землею, водою та іншими природними ресурсами, різними майновими об’єктами (будинками, спорудами); інші майнові права (включаючи майнові права на об’єкти інтелектуальної власності, винаходи, «ноу-хау»); кошти засновників (учасників), у тому числі й у вільноконвертованій іноземній валюті.

При здійсненні засновниками внесків до статутного капіталу обов'язково складаються відповідні документи, наприклад, акт оцінки та передачі майна щойно створеному господарюючому суб'єкту.

Оцінка засобів, які вносяться засновниками, є дуже важливим аспектом у статутному капіталі, адже відповідно до частки внеску кожного з них у подальшому розподілятимуться прибутки або збитки від діяльності підприємства.

*До моменту реєстрації підприємства* кожен із учасників зобов'язаний внести до статутного капіталу певну суму коштів або матеріальних цінностей (мінімальний розмір якої встановлено законодавством). Для здійснення засновниками внесків до статутного капіталу грошовими коштами підприємству відкривається у банку тимчасовий рахунок, який після реєстрації перетворюється на поточний. Для збереження майнових цінностей, отриманих як внесок до статутного капіталу, на підприємстві обирається відповідальна за збереження таких цінностей особа.

*Протягом року* всі учасники підприємства повинні здійснити свої внески до статутного капіталу в повному розмірі. У випадку невиконання учасниками цих зобов'язань за час прострочення вони сплачують штраф у передбаченому чинним законодавством розмірі.

*У випадку виходу учасника* зі складу засновників або взагалі у випадку ліквідації підприємства йому окрім того, що повертається внесене раніше майно, сплачується вартість частини прибутку, визначеної пропорційно до частки учасника у статутному капіталі.

**3.4. Порядок державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності**

Більшість підприємств організовані у формі товариств. Найчастіше – це товариства з обмеженою відповідальністю (ТзОВ). Саме тому ми приділяємо більше уваги порядку державної реєстрації саме цього виду підприємств.

Отже, для початку функціонування підприємства та отримання ним статусу юридичної особи, воно повинно пройти державну реєстрацію, яка завершує процес створення підприємства.

***Державна реєстрація юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців*** – це документальне засвідчення створення юридичної особи і засвідчення факту набуття фізичною особою статусу підприємця.

Здійснення підприємницької діяльності без державної реєстрації розглядається як адміністративне правопорушення, а в окремих випадках трактується як карний злочин. Тому державна реєстрація підприємства,

***Рис.3.2.******Порядок державної реєстрації суб’єктів підприємницької діяльності***

*Державна реєстрація підприємств зумовлює* виникнення витрат, що включають у себе реєстраційний збір (мито), витрати на розробку установчих документів (якщо засновник не може скласти їх сам), нотаріальне засвідчення документів тощо. Крім того, необхідно оплатити ліцензію (якщо діяльність підприємства підлягає ліцензуванню), відкрити поточний рахунок у банку, виготовити печатки, штампи, товарні знаки та інші атрибути, без яких підприємство не може діяти.

**3.5. Ліцензування і патентування підприємницької діяльності**

Обираючи напрям господарської діяльності необхідно пам’ятати, що існує низка видів діяльності, які можуть здійснюватися лише державними підприємствами та організаціями.

Деякі види підприємницької діяльності вимагають одержання ліцензії у відповідних органах. Такими органами є міністерства, відомства й установи, що уповноважені видавати такі дозволи.

## Ліцензія

***Ліцензія*** *–* це дозвіл, який надається державними органами на право займатися конкретним видом діяльності.

Держава за допомогою ліцензування регулює підприємницьку діяльність, будівельні роботи, ввезення, вивезення або транзит товарів у інтересах держави.

Ліцензування здійснюється також для того, щоб захистити користувача від некваліфікованих послуг і недоброякісних товарів. Наприклад, для того, щоб запобігти вживанню недоброякісних ліків громадянами, держава запровадила ліцензування, на здійснення даного виду діяльності, тобто видачу дозволів на її здійснення. Причому отримати ліцензію може лише підприємство, що відповідає певним вимогам.

*Ліцензуванню підлягають* ті види підприємницької діяльності, які впливають на здоров'я людини, навколишнє середовище та безпеку країни.

Якщо обраний вид діяльності потребує ліцензування, то підприємець повинен подати до органу, що видає ліцензію, *заяву* із зазначенням наступної інформації:

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

або:

торговий патент за максимальною ціною.

Вартість торгового патенту визначається органами місцевого самоврядування, строк його дії встановлюється законодавством.

Слід врахувати, що патент потрібен не на усі товари, що продаються за готівку.

Після закінчення строку дії патенту документ необхідно повернути до податкової інспекції.

**3.6. Ліквідація та реорганізація суб’єктів підприємницької діяльності**

## Ліквідація

Практика показує, що неправильно організована діяльність підприємства і недосвідченість його власників, керівництва та й самих працівників, а також інші причини (див. рис.9.3) іноді призводять до того, що підприємство припиняє свою діяльність.

***Ліквідація***– це оголошене припинення господарської діяльності підприємства з реалізацією всього його майна, погашенням всіх фінансових зобов'язань і розподілом цінностей, що залишилися, між засновниками (учасниками). Ліквідація передбачає закриття підприємства без заміни його новими господарюючими суб'єктами. Вона може здійснюватися як у добровільному, так і у примусовому порядку (рис. 3.3).

*На сучасному етапі більшість підприємств ліквідується через банкрутство.*

Звісно, що в цьому випадку термін «банкрутство» зберіг лише певну аналогію зі своїм прямим значенням. У переносному ж значенні банкрутство – це фінансовий крах боржника, який стає неспроможним виконати майнові зобов'язання перед своїми кредиторами.

*Згідно із чинним законодавством банкрутство* – це визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше як через застосування процедури ліквідації.

З метою забезпечення збереження майна та запобігання остаточній ліквідації підприємства до боржника можуть застосовуватися наступні *процедури*:

- *розпорядження майном боржника* – призначається особа, що контролює процес управління підприємством і розпоряджається на власний розсуд майном боржника;

- *укладання мирової угоди* – боржник та кредитори домовляються між собою про відстрочення та/або розстрочку платежів або

- винесення рішення щодо порядку розподілу майна підприємства після сплати всіх зобов’язань, між засновниками відповідно до умов статуту.

Якщо після задоволення вимог усіх кредиторів підприємства майна не залишилося, то приймається рішення про ліквідацію юридичної особи. Якщо ж майна підприємства-банкрута вистачає, то підприємство може продовжувати свою діяльність;

- повідомлення податкових органів; Пенсійного фонду; Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності; Центру зайнятості; Фонду соціального страхування від нещасних випадків;

- закриття рахунків у банку;

- зняття з обліку як платника у податковому органі;

- здача документів до архіву;

- здача печатки та штампу (отримання відповідної довідки):

- складання акту ліквідаційною комісією;

- подання документів до органу державної реєстрації для виключення

## Реорганізація

Підприємство може також припинити свого діяльність, не застосовуючи процедуру ліквідації. У даному випадку буде проводитися реорганізація господарюючого суб'єкта. Механізм здійснення реорганізації може відбуватися різними способами.

***Реорганізація*** *–* це передача всіх прав і зобов'язань від однієї юридичної особи (під час злиття, приєднання, перетворення) або частини майнових прав і зобов’язань (під час виділення, поділу) іншій юридичній особі. *Правопопередником* виступає юридична особа, що реорганізується, а *правонаступником* – та, що створюється у процесі реорганізації.

Основні умови та порядок реорганізації визначаються вищим органом управління юридичної особи, який приймає рішення про затвердження відповідних документів (див. табл. 931).

*Таблиця 3.1*

* 1. **Договірні відносини підприємств**

Положення щодо регулювання взаємовідносин між юридичними особами закріплюються договорами. Це, у свою чергу, забезпечує стабільність діяльності усіх суб’єктів господарювання.

Будь-який договір виконує ряд *функцій:*

- юридичне закріплює економічні відносини, що складаються між партнерами, надає їм характер зобов'язань, виконання яких захищається законодавством України (Цивільний кодекс України);

- визначає порядок і способи виконання зобов'язань, взаємодії та співробітництва партнерів, встановлює особливі правила поведінки та систему контролю за їх дотриманням і виконанням (штрафні санкції);

- є засобом ув'язки обсягів виробництва та споживання, визначення напрямів розвитку підприємства на майбутнє.

Зміст договору складають умови (пункти), визначені на розсуд і за домовленістю сторін, а також обов’язкові умови, передбачені чинним законодавством. До істотних умов відносяться умови щодо предмету договору, прав, обов'язків і відповідальності сторін, строку дії договору тощо.

Строком договору є час, протягом якого сторони можуть здійснювати свої права та виконувати свої обов'язки відповідно до умов договору. Договір набирає чинності з моменту його укладання, тобто, якщо між сторонами досягнуто згоди за всіма істотними умовами.

Договори можуть укладатися як у письмовій, так і в усній формі. Усні договори використовуються, як правило, у випадках, коли момент укладання та момент виконання договору практично співпадають. Найчастіше це може бути пов'язано з купівлею-продажем товарів, робіт, послуг.

Письмовий договір може бути укладений за присутності обох сторін або шляхом обміну документами через поштовий, телеграфний, телефонний, електронний або інший зв'язок.

Можуть укладатися договори, які містять елементи різних видів договорів (тобто змішані договори).

Для угод, пов'язаних із нерухомістю (купівля-продаж. дарування, обмін), відповідно до вимог чинного законодавства необхідна нотаріально завірена форма договору. Крім нотаріального засвідчення законодавство вимагає також реєстрації у відповідних державних органах тих договорів, які пов'язані з передачею права власності на споруди та іншу нерухомість, що знаходяться у приватній власності.

контракту, можуть вирішуватися офіційним або третейським судом.

Терміни «договір» і «контракт» не завжди тотожні. По-перше, дія контракту завжди обмежена певним строком. По-друге, контракт завжди повинен містити, крім основних, факультативні (додаткові) зобов’язання сторін. По-третє, контракт завжди укладається у письмовій формі, тоді як трудовий договір може бути укладений усно;

*трудова угода –* це угода, предметом якої *є* виконання певної роботи, за яку виплачується винагорода, що укладається між підприємством і сторонніми працівниками, які здійснюють тимчасові сезонні роботи на підприємстві.

*Колективним договором* регулюється ряд таких важливих питань:

* порядок оплати праці, виплати надбавок, премій, компенсацій, пільг тощо;
* режим роботи, тривалість робочого часу та відпочинку;
* умови забезпечення продуктивності праці;
* охорона праці;
* забезпечення організації та відпочинку працівників;
* умови участі трудового колективу у розподілі прибутку підприємства тощо.

*Колективний договір* укладається шляхом переговорів між колективом працівників (який представляє профспілка) і власником (керівником) підприємства.

* 1. **Кадрова політика підприємства**

Жодне підприємство на сьогодні не може існувати без праці людей, не зважаючи на те, що науково-технічний прогрес на сучасному етапі дозволяє повністю автоматизувати процес виробництва. Для того, щоб нормально функціонувати, підприємству необхідно використовувати працю найманих працівників. Всіх осіб, які працюють на даному підприємстві (робітників і працівників) прийнято називати працюючими.

Управління трудовими ресурсами є досить складним процесом. Особи, які займаються управлінням трудовими ресурсами, повинні шукати шляхи залучення кваліфікованих працівників, можливості зберегти компетентні та досвідчені кадри, які б дали змогу підприємству надалі розвиватися та вирішувати завдання, поставлені керівництвом.

# Мотивація працівників

В основі будь якої праці лежать стимули (заохочення), які

Мінімальна заробітна плата є державною соціальною гарантією, обов'язковою на території України для підприємств усіх форм власності та господарювання.

Виділяють наступні види оплати праці:

- *основна заробітна плата –* це винагорода за виконану роботу відповідно до встановлених норм праці (норми часу, виробітку, обслуговування, посадові обов'язки). Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок (окладів) і відрядних розцінок для робітників і посадових окладів для службовців.

*- додаткова заробітна плата –* це винагорода за працю понад встановлені норми, за трудові успіхи та винахідливість і за особливі умови праці. Вона включає доплати, надбавки, гарантійні та компенсаційні виплати, передбачені чинним законодавством; премії, пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій.

*- інші заохочувальні та компенсаційні виплати –* це виплати у формі винагород за підсумками роботи за рік, премії за спеціальними системами та положеннями, компенсаційні й інші грошові матеріальні виплати, які не передбачені чинним законодавством, або які встановлюються у розмірі, передбаченому нормативними актами.

Існують дві основні форми оплати праці – *погодинна* та *відрядна.*

При *погодинній* оплаті праці працівник отримує грошову винагороду залежно від кількості відпрацьованого часу та тарифної ставки (окладу) за фактично відпрацьований час.

Погодинну оплату застосовують у наступних випадках:

- якщо робота потребує уваги, ретельності та розумової активності;

- якщо робітнику необхідно звикнути до роботи;

- досить важко або неможливо встановити заробітну плату відповідно до кількості виробленої продукції.

При *відрядній* формі заробіток залежить від кількості виготовленої продукції та встановленої розцінки за одиницю виконаної роботи.

Відрядну форму оплати праці використовують для:

- оплати однотипної, обмеженої діяльності окремого робітника чи групи осіб, яка регулярно повторюється та піддається виміру;

- підвищення інтенсивності праці, посилення «конкуренції» серед робітників;

- скорочення витрат на контроль за робітниками.

При відрядній оплаті праці заробіток збільшується при підвищенні продуктивності праці. У цьому випадку принцип підвищення продуктивності праці, виконується повніше, ніж при погодинній системі оплати праці.

Водночас матеріальна мотивація передбачає і застосування матеріальних санкцій, зокрема відрахування частини заробітної плати за брак.

*Моральні мотивації праці –* комплекс стимулів, що ґрунтуються на психологічних, морально-етичних цінностях колективу й окремого працівника, спрямована на досягнення вищих результатів трудової діяльності окремого працівника та вищої ефективності виробництва підприємства.

*Адміністративні мотивації праці* ґрунтується на дисципліні праці, відповідальності працівників за виконання своїх обов'язків. Передбачають дисциплінарні заохочення та дисциплінарну відповідальність (зауваження, штрафи, звільнення з роботи).

Оптимальне поєднання стимулів до праці сприяє висококваліфікованій та добросовісній праці.

**Питання для самоперевірки**

1. Що таке статутний капітал, установчі документи та яке їх призначення?

2. Який порядок державної реєстрації суб'єкта підприємницької діяльності зі створенням і без створення юридичної особи?

3. З якого моменту підприємство набуває статусу юридичної особи?

4. Назвати випадки, коли необхідно придбавати патент, а коли – ліцензію для здійснення господарської діяльності підприємства.

5. Яким чином може бути припинено діяльність підприємства?

6. Дайте визначення поняттю "договір"?

7. Які види договорів працівників з адміністрацією Ви знаєте? Назвіть їх особливості.

8. У чому полягає сутність кадрової політики підприємства?

9. Пояснити необхідність мотивації працівників.

10. Охарактеризуйте форми оплати праці.

**Питання для самостійного вивчення:**

* + 1. Які умови передують створенню власної справи?
    2. Які дії обумовлюють вибір форми організації підприємства?
    3. Чим завершується процес створення підприємства?
    4. Які стадії проходить процес організації нового підприємства?
    5. Кому належать контролюючі функції при ліквідації підприємства?

перерозподілу [валового внутрішнього продукту](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%92%D0%9F) і [національного доходу](http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9D%D0%94&action=edit&redlink=1). На мікрорівні об’єктом акумуляції, використання, розподілу і перерозподілу виступають грошові доходи і фонди окремих [підприємств](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%96%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%94%D0%BC%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%BE) і організацій.

# Функції фінансів

Сутність фінансів виражена у функціях, які вони виконують. Найчастіше в літературі розглядають наступні функції фінансів: *розподільчу, контрольну, стимулюючу*. З’ясуємо їх зміст і призначення.

*Розподільча функція* полягає в акумулюванні (зосередженні) грошових коштів у заздалегідь визначених цільових фондах (зокрема, резервних фондах держави, підприємств, страхових фондах); забезпеченні стимулювання прогресивного розвитку. За допомогою цієї функції фінансів здійснюється заміна використаних у виробництві засобів на нові (наприклад, за рахунок грошових коштів, отриманих від реалізації виготовлених тістечок і тортів, пекарня купує борошно, цукор та інші продукти для виготовлення нових тортів, які знову будуть реалізовані). За дії розподільчої функції фінансів забезпечується надходження коштів до бюджету, а це сприяє виконанню основних функцій держави.

Особливо важливою розподільча функція фінансів є у масштабах всієї держави. Державними органами влади здійснюється аналіз результатів діяльності різних галузей економіки, регіонів країни. На підставі здійсненої оцінки державні кошти спрямовуються на потреби менш розвинутих галузей народного господарства, адміністративних територіальних одиниць. Таким чином, акумулюючи та розподіляючи фінансові ресурси, держава активно впливає на формування оптимальних пропорцій між заощадженням і споживанням грошових коштів виробничою і невиробничою сферами, окремими галузями народного господарства та регіонами країни.

*Контрольна функція* фінансів органічно випливає з розподільчої. Вона передбачає здійснення контролю за тим, чи правильно підприємства використовують кошти цільових централізованих і децентралізованих фондів грошових ресурсів, чи вчасно сплачують обов'язкові платежі та збори до бюджету країни. Наприклад, державою створена Державна податкова служба, працівники якої слідкують за дотриманням порядку нарахування і сплати податків, обов'язкових внесків і платежів до бюджету тощо.

*Стимулююча функція* фінансів покликана підвищувати ефективність використання факторів виробництва, спонукаючи підприємства використовувати ці фактори в таких пропорціях, щоб вони створили сприятливі умови для дотримання режиму економії, підвищення продуктивності праці, якості продукції, що виробляється.

Будь-яке порушення стимулюючої функції підриває економічну та соціальну стабільність суспільства, провокує економічно невиправдане зростання цін на товари та послуги, зниження продуктивності праці.

# Фінанси підприємства

Основою фінансової системи будь-якої держави є *фінанси підприємств*, які забезпечують функціонування не лише самих підприємств, але й функціонування державних фінансів.

У процесі діяльності господарюючі суб'єкти отримують грошові доходи, які стають джерелом утворення фондів грошових коштів. Використання останніх сприяє забезпеченню стабільної господарської діяльності підприємства, його виробничого та соціального розвитку. Саме на підприємствах створюється валовий національний продукт, який у подальшому розподіляється між різними галузями народного господарства для наступного споживання.

Отже, ***фінанси*** – це сукупність економічних грошових відносин, пов'язаних із формуванням, використанням і розподілом грошових надходжень і фондів грошових коштів для забезпечення ефективної діяльності підприємства.

Господарюючі суб'єкти вступають у різноманітні економічні грошові відносини. Ці відносини забезпечують безперебійну діяльність підприємства, його роботу як єдиного механізму. Вони різні за формою реалізації та сутністю. Проте усі фінансові відносини можна згрупувати наступним чином.

*Підприємство бере участь у фінансових відносинах з:*

* *державою* (сплата податків обов’язкових платежів, фінансування з бюджету);
* *працівниками* (виплата зарплати);
* *вищестоячими установами* (вирішення питань щодо розвитку в межах однієї галузі);
* іншими підприємствами (купівля-продаж товарів, надання послуг тощо);
* *установами фінансово-кредитної сфери* (страхування, отримання позик, вкладення грошей у банк).

Незважаючи на те, що зазначені відносини є грошовими, участь підприємства у них вимагає забезпечення його певними *ресурсами:*

- *природними* (володіння, наприклад, земельними, водними ресурсами або правом на їх використання);

- *матеріальними* (володіння на правах власності або отримання можливості використання будівель, споруд, виробничого обладнання, транспортних засобів – необоротних активів – засобів праці, матеріалів,

# Фінансування діяльності підприємств

Процес забезпечення господарюючого суб'єкта фінансовими ресурсами має назву *фінансування діяльності підприємства*.

Для ефективного здійснення цього процесу та уникнення кризових ситуацій керівництву господарюючого суб’єкта необхідно пам’ятати, що склад і структура фінансових ресурсів підприємства зумовлена, насамперед, обсягом виробництва. Водночас, саме від величини фінансових ресурсів підприємства залежить стан виробництва, соціально-економічний розвиток підприємства.

Тому для здійснення правильного вибору політики щодо фінансування підприємства керівництву обов'язково потрібно знати відповідь на наступні *питання:*

***У якому розмірі необхідні ресурси?***

***Які види ресурсів необхідні?***

***На який строк необхідні ресурси?***

*Відповідь на перше та друге питання* можна дати, використовуючи результати таких процедур як нормування (визначення норм витрачання ресурсів, прибутку), планування (встановлення послідовності дій із досягнення певної мети). Вони забезпечують більш точні та економічно обґрунтовані, а тому надійніші показники. До речі, дані для їх обчислення надає бухгалтерський облік.

*Для вирішення третього питання* керівництво підприємства повинне перш за все оцінити наявність, склад і структуру власних фінансових ресурсів. По-друге, пам'ятати, що існують різні шляхи надходження грошових коштів та інших цінностей – *джерела фінансування господарської діяльності.*

В економічній літературі розглядають різні ознаки класифікації джерел фінансування господарської діяльності. Однак, найчастіше спеціалісти розглядають *внутрішні (або власні)* та *зовнішні (залучені)* джерела фінансових ресурсів підприємств. Складові кожного з видів наведено на рис.4.1.

Розглянемо особливості кожного з них.

# Внутрішні джерела фінансування

Перший вид фінансування називається «*внутрішнім»*, оскільки ресурси підприємства акумулюються або шляхом отримання майнових внесків юридичних чи фізичних осіб (для створення підприємства або безоплатних внесків), або формуються у результаті діяльності господарюючих суб'єктів (прибуток, амортизація).

Одним із основних внутрішніх джерел фінансування є статутний капітал.

Нагадаємо, що під *статутним капіталом* розуміють суму грошових коштів, оборотних і необоротних активів, наданих засновниками при створенні підприємства для здійснення ним господарської діяльності (цей капітал є стартовим для суб'єктів підприємницької діяльності).

***Рис. 4.1.******Джерела фінансування діяльності підприємства***

*Метою формування резервів підприємства* є необхідність господарюючого суб'єкта постійно знаходитися у робочому стані, у будь-який час бути спроможним сплатити свої борги перед бюджетом, постачальниками, виконати зобов'язання перед покупцями. Створення резервів є одним із елементів правильної організації діяльності підприємства. Ще у Стародавньому Єгипті (у період зведення пірамід) було запроваджено формування державою резервів – на випадок неврожаїв. Це потрібно було для забезпечення безперервного процесу будівництва славетних споруд.

І сьогодні, витрачаючи частину прибутку на створення і формування резервів, керівництво підприємства дотримується правила: «Краще витратити певну частину коштів сьогодні за власним бажанням, ніж втратити в декілька разів більше через непередбачувані обставини в майбутньому». І ця політика є дійсно виправданою. Кошти резерву є недоторканими за умов звичайної діяльності. Проте, саме вони допомагають господарюючому суб'єкту залишатися у робочому стані (зберегти фінансову незалежність) за несприятливих обставин.

Одним із внутрішніх джерел фінансування діяльності підприємства є *безоплатні внески фізичних і юридичних осіб, членів трудового колективу*. Такі внески також відносяться до внутрішніх джерел фінансування діяльності підприємства, оскільки вони не є боргами господарюючого суб'єкта: ці ресурси не потрібно повертати тим, хто їх надав підприємству. В сучасних умовах найбільш яскравим прикладом такого джерела фінансування є благодійна допомога або благодійні внески.

Основним джерелом забезпечення грошовими коштами та іншими ресурсами суб'єкта господарювання є *прибуток*. Прибуток є основним показником ефективної діяльності підприємства. Величина цього показника залежить від багатьох факторів, найважливішим з яких є співвідношення доходів (коштів або матеріальних цінностей, отриманих підприємством від продажу продукції, іншого майна, виконання робіт, надання послуг) і витрат (послуг, коштів і матеріальних цінностей, які були використані господарюючим суб'єктом для забезпечення виробництва продукції, надання послуг тощо).

*Прибуток* є джерелом розширення виробництва, формування різних фондів і резервів. Порядок їх створення за рахунок прибутку підприємства визначається нормативними документами, які регулюють діяльність підприємства, його установчими документами, економічною передбачливістю та розрахунками підприємства.

Втрату засобами праці – необоротними активами – своєї вартості у процесі виробництва або забезпечення діяльності підприємства називають *амортизацією.*

# Зовнішні джерела фінансування

Тому ознайомимося детальніше з поняттям «кредит» і необхідністю його використання у підприємницькій діяльності.

*Отримання кредитів* є звичайною процедурою в бізнесі. За нагальної потреби у коштах підприємства найчастіше звертаються саме до цього джерела фінансування. За певну плату та на визначений строк (за умови повернення отриманих у кредит засобів і наявності гарантій такого повернення) господарюючі суб'єкти можуть отримати кошти, яких їм не вистачає для здійснення господарських операцій.

У найзагальнішому розумінні **кредит** – це [кошти](http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=%D0%9A%D0%BE%D1%88%D1%82%D0%B8&action=edit&redlink=1) й [матеріальні цінності](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%96_%D1%86%D1%96%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D1%96), що надаються резидентами або нерезидентами у користування юридичним або фізичним особам на визначений строк та під відсоток. Кредит буває банківським та комерційним, а також фінансовим, товарним тощо.

У сучасній практиці господарювання найбільш поширеним є залучення підприємством банківських кредитів на строк до одного року (короткострокові кредити). Проте досить звичайним явищем у практиці зарубіжних підприємців є отримання кредитів, термін погашення яких настає не раніше, ніж через рік. У зв'язку з цим розрізняють середньострокові (на строк від 1-го до 3-х років) і довгострокові (на строк більше 3-5 років) кредити.

Незалежно від строку залучення кредитів, підприємства сплачують банкам або іншим кредитним установам плату за користування кредитом (у вигляді відсотків). Розмір такої плати прямо пропорційний строку, на який залучено кредит. Це означає, що отримання довгострокових кредитів є більш дорогою процедурою для підприємств. Саме тому довгострокові кредити є досить ризикованими й рідко використовуються у діяльності вітчизняних підприємств.

В процесі кредитування слід дотримуватись наступних його принципів:

* *Цільового призначення*  – базова передумова забезпечення інтересів сторін. Позичальник чітко визнає ціль, на яку будуть позичені кошти. Вона погоджується обома сторонами які вступають у кредитні відносини.
* *Строковості* – чітко визначений термін користування позикою.
* *Поверненості* – повернення позичальником кредитору всього обсягу позиченої вартості.
* *Забезпеченості* – заходи, що гарантують повернення позички у визначені строки. В ролі забезпечення може виступати [майно](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D0%B9%D0%BD%D0%BE), [капітал](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9A%D0%B0%D0%BF%D1%96%D1%82%D0%B0%D0%BB), [авторські права](http://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D0%B2%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D1%96_%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B0) тощо.
* *Платності* – позичальник платить кредитору за користування взятою в борг вартістю. Формою плати є відсоток за кредитом.

Одним із джерел нетрадиційного фінансування є лізинг. *Лізинг* – це спосіб отримання підприємством необхідного обладнання, інших необоротних активів в умовах недостатності власних грошових коштів на такі цілі.

Для того, щоб зрозуміти призначення та особливості лізингу, розглянемо механізм проведення даної операції на прикладі.

Припустимо, що авіакомпанія «Повітряні шляхи» вирішила придбати новий пасажирський літак АН-140 в українського підприємства «Політ». Придбання літака пов’язане зі збільшенням замовлень на квитки на рейси авіакомпанії. За результатами оцінки майна та грошових коштів «Повітряних шляхів» встановлено, що власних коштів авіакомпанії для придбання літака не вистачить. Отримання кредиту в банку на такі цілі є дорогою процедурою (потрібен довгостроковий кредит). Тому керівництво авіакомпанії «Повітряні шляхи» вирішило діяти по-іншому.

За договором і попередньою домовленістю авіакомпанії «Повітряні шляхи» з ПАТ «Наш Банк» останній придбав у підприємства «Політ» літак АН-140. Після цього банк надав авіакомпанії придбаний літак у користування на 10 років за обумовлену в договорі лізингу плату.

Таким чином, авіаперевізник отримав необхідний йому засіб (на умовах лізингу), не витративши великої суми коштів і не створивши при цьому боргу.

Загалом, порядок здійснення лізингової операції можна зобразити наступним чином (рис. 4.2.).

Такої схеми взаємовідносин при проведенні лізингових операцій дотримується більшість господарюючих суб'єктів України на сучасному етапі розвитку економічних відносин у нашій державі.

Послуги лізингу є значно дорожчими за послуги звичайної оренди, оскільки включають і плату за послуги лізингової компанії, і відсотки за кредит, отриманий для придбання майна. Підприємства-виробники погоджуються на такі умови, оскільки мають можливість отримати необхідне їм обладнання або сировину заздалегідь обумовлених зразків.

**1** - укладання трьохстороннього договору лізингу

лізингодавцем з лізингоодержувачем і постачальником;

**2** - оплата постачальнику вартості обладнання;

**3** - поставка обладнання лізингоодержувачу;

**4** - оплата лізингодавцю за отримане майно.

***Рис.4.2. Схема здійснення лізингової операції***

Отже, ***лізинг***– це господарська операція, за якою суб'єкт підприємницької діяльності (лізингодавець) за умовами лізингового договору передає іншому суб'єкту підприємницької діяльності (лізингоодержувачу) матеріальні цінності для використання у підприємницькій діяльності на визначений строк і за визначену плату.

Звернемо увагу, що у нашому прикладі банк «Наш Банк» міг купити літак і без попередньої домовленості з авіакомпанією. Такі відносини мали б назву прямий лізинг. Тобто у першому прикладі нами був описании механізм здійснення непрямого лізингу.

Варто відмітити, що лізинг – недосконалий спосіб отримання необхідного майна. Спеціалісти виділяють наступні переваги та недоліки лізингу (див. табл.4.1).

*Таблиця 4.1*

Одночасно лізинг є досить зручним і вигідним інструментом для підприємств, які тільки починають свою діяльність, а також для підприємств, які мають застарілі засоби праці.

В умовах конкуренції лізинг дає можливість вижити малим, середнім і великим підприємствам, що потрапили у скрутне фінансове становище. Лізинг також вигідний для підприємства-виробника, оскільки надає можливість придбати дороге, складне, а часом і рідкісне обладнання значної вартості.

Об'єкти лізингу досить різноманітні. У наш час за допомогою лізингової операції можна отримати нафтопереробні комплекси, атомні електростанції, канцелярські товари, велику рогату худобу. Проте найпоширенішими є транспортні засоби, обладнання і технології, ліцензії, програмне забезпечення тощо.

Слід зазначити, що лізинг – довгострокова оренда, водночас оренда за часом може бути і середньостроковою (хайринг), і короткостроковою (рентинг).

# Факторинг

Іншим нетрадиційним методом фінансування підприємницької діяльності є *факторинг.*

Після продажу товарів, надання послуг підприємству часто доводиться очікувати надходження грошових коштів від покупців.

Останні можуть бути потрібні підприємству негайно для здійснення певної господарської операції. У такій ситуації можна продати (уступити за певну оплату) борги. Розглянемо на прикладі здійснення такої операції.

***Рис. 4.3. Зміст і послідовність здійснення факторингової операції***

1. Відвантаження постачальником покупцеві товарів (робіт, послуг).

2. Акцепт (згода) покупця на виконання боргових вимог за товари (роботи, послуги).

3. Пред’явлення постачальником боргових вимог фактору з метою їх перевідступлення.

4. Вивчення фактором кредитоспроможності постачальника і, у разі позитивного результату, укладення з ним договору факторингу.

5. Перерахування постачальникові коштів у розмірі 70 – 90% суми боргових вимог, придбаних фактором.

6. Виставлення фактором боргових вимог для оплати їх покупцем.

7. Оплата покупцем виставлених на нього фактором боргових вимог.

8. Після отримання платежу від покупця фактор перераховує постачальнику залишок коштів (30 – 10%) за мінусом плати за факторингове обслуговування.

Отож, факторинг – це операція, пов’язана із викупом дебіторського заборгованості.

Строк виконання факторингової операції становить до 180 днів. Застосовуються дані операції зазвичай на внутрішньому ринку.

Факторингові операції існують двох типів – з правом регресу і без. Якщо договір про факторингове обслуговування укладається з правом регресу, банк має право зворотної вимоги до клієнта (продавця) про відшкодування сплаченої суми. Якщо без права регресу, то банк такого права не має.

Операції з продажу боргів здійснюються на підставі договору факторингу. Він укладається між фактором і клієнтом тільки після оцінки платоспроможності дебіторів. Коли договір факторингу укладено, до відома боржника (дебітора) доводиться, що він повинен сплачувати кошти для погашення боргів не продавцю товарів (робіт, послуг), а факторинговій фірмі (банку).

Звертаючись до послуг факторингу, підприємство має можливість поміняти свої борги на грошові кошти у будь-який потрібний момент і тим самим поліпшити власний фінансовий стан. При цьому господарюючий суб'єкт позбувається ризику непогашення боргів (ненадходження оплати), який бере на себе факторингова фірма. Крім того, у підприємства-кредитора (клієнта) скорочуються витрати на обслуговування його дебіторської заборгованості.

Поряд з перевагами, що їх надає використання факторингу у діяльності підприємства, слід відзначити і недоліки факторингових угод (див. табл. 4.2.).

*Таблиця 4.2*

Практичне здійснення факторингової операції за сучасної економічної ситуації в нашій державі ускладнене. Однією з причин є проблема оцінки фінансового стану (платоспроможності) підприємства-боржника, висока ймовірність неповернення боргів дебіторами. У зв’язку з цим факторингові операції не можуть здійснюватися за короткий період часу та є дорогими (високою є вартість таких банківських послуг).

Для прикладу, факторингові операції активно почали здійснюватись у 2007-перше півріччя 2009 рр. (до кризовий період). Заборгованість клієнтів перед банками України за операціями факторингу за станом на 01.01.2008 року становила 850 млн. грн. (на 01.01.2008 р. – 346,1 млн. грн., на 01.10.2009 р. – 650 млн. грн.).

**Форфейтинг**

**Форфейтинг** – це придбання у кредитора боргу, вираженого в оборотному документі, на безповоротній основі (без права регресу у разі неможливості одержання грошових коштів від боржника).

Основними документами, які застосовуються при форфейтингу, є векселі. Однак об’єктом форфейтингу можуть бути інші види цінних паперів.

Форфейтинг є довгостроковою операцією – від 180 днів до 7 років. Здебільшого застосовується у міжнародній практиці, виконується лише вільно конвертованій валюті і на великі суми (від 500 тис. дол. США).

В Україні форфейтинг на даному етапі розвитку не виконується через законодавчу недосконалість та обмеження.

Отже, лізинг і факторинг є досить суттєвими нетрадиційними джерелами фінансування для діючих підприємств і тих, які лише розпочинають свою діяльність. Причому лізинг є суттєвою допомогою для новостворених підприємств. Факторинг дозволяє покращити фінансовий стан суб’єктів господарювання за наявності значної заборгованості дебіторів.

**4.4. Інвестування у підприємницькій діяльності**

Фінансування значних за вартістю проектів (наприклад, будівництва, придбання нового обладнання) вимагає значних сум грошових коштів. Кредити для фінансування довгострокових проектів є досить дорогими, оскільки вважаються ризикованими. Власних ресурсів господарюючого суб'єкта, як правило, не вистачає.

# Інвестування

У зв'язку з цим підприємства, які бажають втілити у життя свої задуми, намагаються скористатися ще одним видом зовнішніх джерел фінансування підприємницької діяльності – інвестиціями.

*Інвестиціями* («to invest», що в перекладі з англійської означає «вкладати») називають довгострокові вкладення грошових коштів, матеріальних і нематеріальних цінностей у діяльність підприємств різних галузей економіки з метою отримання прибутку.

Часто інвестиції асоціюють також із витрачанням фінансових і матеріальних ресурсів підприємства для будівництва, придбання, капітального ремонту чи модернізації необоротних активів.

Процес вкладення майна підприємств, фізичних осіб у діяльність інших господарюючих суб'єктів має назву *інвестування*.

З боку інвестора вкладення коштів (або інвестиції) є одним із методів забезпечення його діяльності. При цьому інвестуються, як правило, ресурси, що тимчасово не використовуються у діяльності підприємств-інвесторів. Такі цінності набагато вигідніше вкласти у

засади здійснення інвестиційної діяльності на території нашої держави. У цілому законодавство України про інвестиційну діяльність спрямоване на забезпечення захисту прав, інтересів і майна суб’єктів інвестиційної діяльності незалежно від форм власності, а також на ефективне інвестування народного господарства України, розвиток міжнародного економічного співробітництва та інтеграції.

**Питання для самоперевірки**

1. Охарактеризувати поняття "фінанси". Визначити різницю між поняттями «фінанси» та «гроші».

2. Назвати функції фінансів, дати їм характеристику.

3. Назвати види джерел фінансування діяльності підприємства. Охарактеризувати їх складові.

4. Визначити призначення лізингу. Описати порядок взаємовідносин між підприємствами при здійсненні лізингових операцій.

5. Розкрити зміст поняття «факторинг». Назвати його переваги та недоліки.

6. Визначити зміст поняття "інвестиції". Охарактеризувати суб'єкти, об'єкти інвестицій, їх види.

**Питання для самостійного вивчення:**

* + 1. У чому полягають особливості ринку покупця і ринку продавця?
    2. Чим обумовлена поява конкуренції на ринку?
    3. Які особливості притаманні ринку недосконалої конкуренції?
    4. У чому полягають економічні недоліки конкуренції?
    5. Які чинники впливають на розвиток конкуренції?
    6. У чому полягають особливості комерційної таємниці?

**Теми рефератів:**

1. Фінансові ресурси підприємства: поняття, складові та їх характеристика.

2. Порядок формування та використання прибутку підприємства.

3. Найвідоміші інвестори світу.

4. Джерела фінансування підприємництва в Україні.

5. Фінансово-кредитне підприємництво.

6. Види лізингу.

**РОЗДІЛ 5**

**СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ**

* 1. **Поняття і значення податків**

# Поняття податків

На сьогодні під ***податком*** розуміють обов’язкові внески до бюджету або державного цільового фонду, що здійснюються платниками в порядку і на умовах, визначених законодавством.

***Суб’єктами податкових правовідносин***виступають держава, платники податку (або *суб'єкти оподаткування –* юридичні та фізичні особи, які за законом зобов'язані сплачувати податок), а також податковий орган (в Україні ним є Державна податкова служба) (рис. 5.1).

***Рис. 5.1.******Суб'єкти податкових правовідносин***

Уряд кожної країни встановлює ряд законів, що визначають, які податки, у якому розмірі та у якій формі повинні стягуватися з підприємств, організацій і громадян. Цей перелік законів представляє *податкове законодавство держави.* Податки, що діють на території тієї чи іншої держави, формують її податкову систему.

***Податкова система України*** *–* це врегульована нормами права сукупність податків, що стягуються на території України, а також форми та методи їх побудови.

Держава, яка акумулює податкові надходження, в особі вищих органів влади здійснює законодавче регулювання податкової системи. Контроль за надходженням податків до бюджетів відповідних рівнів і дотриманням податкового законодавства здійснюють державні податкові служби. У випадку несвоєчасних розрахунків платника податку з бюджетом з нього у примусовому порядку стягуються такі кошти, а також додаткова плата (пеня) за кожен день прострочення платежу.

## Функції податків

За допомогою системи оподаткування держава має можливість як пожвавлювати, так і уповільнювати економічний розвиток країни. Зі сторони держави ***податки виконують*** *фіскальну, регулюючу, стимулюючу, розподільчу* ***функції****.*

За допомогою *фіскальної функції* (фіскальний – від лат. fiscus – кошик) формуються державні грошові фонди шляхом вилучення частини доходів підприємств і громадян.

Ті гроші, які сплачують юридичні та фізичні особи державі у вигляді податків, накопичуються і спрямовуються на певні цілі: на утримання державного апарату, армії, розвитку науки та техніки, підтримку дітей-сиріт, людей похилого віку та хворих. За рахунок цих коштів покриваються витрати на освіту, будуються школи, вищі навчальні заклади, державні підприємства, споруди, дороги, дитячі будинки, виплачується заробітна плата викладачам і стипендії студентам; частина коштів спрямовується на охорону здоров’я: захист здоров’я матері та дитини, утримання поліклінік, лікарень тощо; здійснюється захист навколишнього середовища.

Використовуючи *регулюючу функцію* (відому в літературі як функція регулятора виробництва), держава змінює умови оподаткування (вводить одні та відміняє інші податки), застосовує систему податкових ставок і пільг, які використовує для вирішення найважливіших соціально-економічних проблем, створюючи умови для прискореного розвитку певних галузей економіки та вирішення соціальних завдань.

Для кожної категорії доходів на тривалий час законодавством визначаються податкові ставки – це певна частина доходу, що встановлюється у відсотках і підлягає, перерахуванню до бюджету, їх величина може бути переглянута і змінена урядом. Держава зацікавлена у встановленні таких ставок оподаткування, які б, з одного боку, не перешкоджали розвитку підприємництва, а з іншого – забезпечували максимальне надходження коштів до бюджету.

***Податкова пільга*** *–* це законодавче зменшення податкових ставок або податкової бази для окремих категорій платників податків.

розраховувати в старості на допомогу держави – пенсію.

Варто відмітити, що функції податків тісно пов’язані між собою. Наприклад, зменшення розміру податку для платника – юридичної особи, як вже було зазначено, є проявом регулюючої функції, але тим самим держава одночасно стимулює розвиток даного підприємства, що є стимулюючою функцією. Одночасно діє фіскальна функція – коли платник сплачує кошти до бюджету. Кошти, що надійшли, держава розподіляє на свій розсуд (розподільча функція).

## Об’єкт, одиниця, джерело оподаткування

Сплата будь-якого податку – це певним чином організований процес, що включає наступні елементи: суб'єкт, об'єкт, джерело й одиницю оподаткування.

***Об’єкт оподаткування*** *–* це те, що оподатковується податком (дохід, майно). Об’єктами оподаткування відповідно до законодавства України є доходи (прибуток), додана вартість продукції (робіт, послуг), майно юридичних і фізичних осіб та інші об'єкти.

Основу виміру об’єкту оподаткування складає *одиниця оподаткування.* Для визначення плати за землю враховують величину земельної ділянки, а одиницею оподаткування є гектар, соті гектару, квадратні метри тощо. Одиниця виміру також може бути грошова, наприклад, гривні – у податку на прибуток.

Фонд або кошти, з яких сплачується податок, називаються *джерелом оподаткування.*

У кожній сфері економіки, кожній галузі, кожному регіоні може бути запроваджено свій порядок сплати податків, свій характер і рівень оподаткування, тобто свій податковий клімат, який обов'язково розглядається платником податків і враховується ним при прийнятті важливих економічних рішень.

здійснюють грошові внески до казни та забезпечують робочими місцями місцеве населення.

* 1. **Види податків**

Історія розвитку людського суспільства свідчить, що на різних етапах існували різні податки. З метою їх систематизації усі податки узагальнені у групи за певними класифікаційними ознаками.

***За формою податки поділяють*** на прямі та непрямі. Цей поділ залежить від об’єкта оподаткування, а також від взаємовідносин платника та держави.

*Прямі податки –* це платежі, що встановлюються безпосередньо на доходи (заробітну плату, прибуток, відсотки) або майно платника податку (землю, будівлі, цінні папери). Вони бувають реальними та особистими.

До *реальних* відносяться податки на окремі види доходу або об'єкти майна: землю, будинок, промислове підприємство тощо. При реальному оподаткуванні податок стягується без урахування фактичних доходів, виходячи з зовнішніх ознак. Такими зовнішніми ознаками при нарахуванні реальних податків служать, наприклад, площа земельної ділянки, кількість квартир у будинку, кількість працюючих тощо.

До *особистих* податків відносяться податки на доходи фізичних і юридичних осіб, податок на майно тощо. В основу особистого оподаткування покладена величина доходу, що одержується платником податку. До них належать податок з доходів громадян, податок на прибуток підприємств, податок на спадщину та дарування.

Прямі податки фактично складають основу оподаткування, але ще більшу роль у формуванні державного бюджету відіграють непрямі податки.

*Прогресивні* податки підвищуються із зростанням доходу. Тобто, чим більший дохід у особи, тим більшою ставкою податку він буде оподатковуватися.

*Таблиця 5.1*

*Регресивний* податок, навпаки, характеризується стягненням більш високого відсотку з низьких доходів і меншого відсотку з високих доходів. Звернемося до умови попереднього прикладу (табл.5.2).

*Таблиця 5.2*

Як бачимо, зі збільшенням розміру стипендії студента ставка податку зменшується. Більшою ставкою податку (5 %) буде оподатковуватися стипендія Б.Й. Більського, адже розмір його стипендії становить 46 грн., а з стипендії Т.В. Торопова (93 грн.) буде утримуватися податок 2 %, тому що розмір його стипендії є меншим.

*Пропорційні* податки стягуються за єдиною ставкою при будь-якому розмірі доходу. Величина платежу пропорційна сумі доходу (табл. 5.3).

*Таблиця 5.3*

Як бачимо, незалежно від розміру стипендії, з неї утримується податок за однією ставкою, яка становить 3 %.

* 1. **Методи нарахування та утримання податків. Державний бюджет**

Для стягнення податків використовуються такі методи: метод нарахування, метод утримання та кадастровий метод.

## Метод утримання

При вилученні податку до отримання власником доходу податок нараховується і утримується бухгалтерією підприємства, яка сплачує податки *(метод утримання).*

Цей метод введено для спрощення процедур стягнення і забезпечення сплати податків, він, в основному, використовується при одержанні заробітної плати. Прикладом може бути стягнення податку з доходів фізичних осіб, сплата збору за обов'язкове державне пенсійне страхування. Останній збір полягає у тому, що перш, ніж виплатити працівнику заробітну плату, підприємство утримує з неї певну суму коштів, яку сплачує до бюджету та Пенсійного фонду. В результаті сума заробітної плати до виплати зменшується на суму цього податку, а кошти, що були з неї утримані, будуть сплачені бухгалтерією до бюджету.

## Метод нарахувань

Вилучення податку після отримання доходу власником *(метод нарахувань)* передбачає подання платником податку до податкових органів податкової *декларації –* офіційної заяви про одержаний дохід.

У податковій декларації платник податку представляє всі дані, необхідні для розрахунку розміру податку. Нарахування податку здійснює податкова інспекція на підставі наданої податкової декларації та ставок. У платіжному повідомленні податкового органу до відома платника доводяться розмір податкової заборгованості та вид розрахунку.

## Державний бюджет

## Нараховані та утримані податок з доходів громадян, ПДВ, акциз, податок на прибуток підприємств та ін. сплачуються до державного бюджету. Бюджет є найважливішим засобом, за допомогою якого держава здійснює розподіл і перерозподіл внутрішнього продукту та забезпечує контроль за станом виробництва в цілому. Через бюджет держави відтворюється вся її багатогранна діяльність і забезпечується виконання її функцій.

***Бюджет*** *–* це збалансований план, де відображаються грошові доходи і видатки за певний період (рис. 5.2).

***Рис. 5.2. Доходи та видатки державного бюджету***

Кошти, що надходять до бюджету, підлягають розподілу. При здійсненні розподілу потрібно дотримуватися принципу справедливості та корисності для кожного члену суспільства. При цьому потрібно враховувати заклади освіти, культури, охорони здоров’я, а також органи, що здійснюють правоохоронну діяльність, забезпечують безпеку держави та ін. Люди, які в них працюють, служать, нічого не виробляють і не продають, їх утримання – завдання держави. Видатки на такі цілі формують *видаткову* частину бюджету.

Конституцією України надано виняткове право затверджувати бюджетдержави Верховній Раді, а адміністративно-територіальні бюджети – місцевим органам державної влади. Після затвердження Державний бюджет набуває сили закону.

Стан бюджету характеризується трьома показниками: балансом (рівністю) доходів і видатків, перевищенням доходів над видатками ***(профіцитом)***, або, навпаки, видатків над доходами ***(бюджетним дефіцитом)***.

Нормальним явищем є збалансованість доходів і видатків; перевищення доходів над видатками означає економічну та фінансову стабільність у державі. Найскладнішим явищем є бюджетний дефіцит, який притаманний бюджетам більшості країн світу, в тому числі й високорозвиненим.

Варто сказати, що нормальне функціонування державного бюджету можливе лише за умов рівності інтересів держави та громадянина, тобто коли держава буде дбати про своїх громадян, а громадяни – про державу.

**Питання для самоперевірки**

1. Що таке податки? Навести приклади.

2. Назвати та охарактеризувати функції податків.

3. Назвати основні елементи системи оподаткування та охарактеризувати їх.

4. Чим відрізняються суб'єкти оподаткування від суб'єктів податкових правовідносин?

6. За якими ознаками класифікують податки?

7. Назвати та охарактеризувати основні види податків.

8. Які існують методи стягнення податків?

9. Що таке державний бюджет України?

**Питання для самостійного вивчення**

* 1. Чим зумовлена необхідність державного регулювання
  2. **РОЗДІЛ 6**

**ОСНОВИ МЕНЕДЖМЕНТУ**

* 1. **Поняття, сутність і види менеджменту**

# Поняття і сутність менеджменту

Будь-яким підприємством – промисловим гігантом чи сімейною перукарнею – необхідно управляти. Коли кажуть «управління підприємством», мають на увазі дії його керівника, спрямовані на досягнення певної мети.

Застосування терміну «управління» правомірне щодо загальної характеристики цього виду людської діяльності, а «менеджмент» - щодо змісту, форм і методів конкретного управлінського впливу суб’єкта на об’єкт управління в умовах ринкових відносин.

***Менеджмент*** *–* це сучасна система управління, яка найповніше відповідає функціонуванню соціально-економічних систем в умовах ринкових відносин. Менеджмент – це вид діяльності щодо керівництва людьми в різних організаціях, а також сфера людських знань, які допомагають здійснювати цю функцію. Крім того, зміст поняття «менеджмент» можна розглядати як науку та практику управління, як організацію управління підприємством і як процес прийняття управлінських рішень.

У спрощеному розумінні ***менеджмент*** – це вміння досягати поставлених цілей, використовуючи працю, інтелект і мотиви поведінки інших людей.

Менеджмент розглядається як серія безперервних дій, кожна з яких є певним процесом (рис. 6.1).

*Менеджмент, як особлива управлінська праця*, націлений на гнучке пристосування виробничо-збутової діяльності фірми до ринкових умов, що постійно змінюються та регулюються законами розвитку ринкової системи господарювання.

Менеджмент можна розглядати як: *організацію роботи людей, співробітників колективу* для досягнення поставленої мети найраціональнішим способом.

Менеджмент можна розглядати також *як управління будь-якою організацією* незалежно від цілей її діяльності: державним закладом, церквою, армією тощо.

***Рис. 6.1. Сутність поняття «менеджмент» з різних точок зору***

# Види менеджменту

Розрізняють наступні види менеджменту:

- *загальний (генеральний),* що включає в себе керівництво підприємством на рівні президента, або віце-президента;

*- функціональний,* який може бути *адміністративним, комерційним, фінансовим, інноваційним.*

У повсякденній практиці кожна людина критично оцінює свої цілі, завдання, результати. Цей процес називається *самоменеджментом.*

На будь-якій стадії розвитку підприємства ми маємо справу з менеджментом різного типу: ***фінансовий, стратегічний, операційний***тощо.

Сутність *фінансового менеджменту* проявляється в управлінні фінансами з метою підвищення ефективності виробництва та розподілу продукту. Він включає, зокрема, фінансовий аналіз і систему прийняття рішень; планування використання короткострокових і довгострокових фінансових ресурсів, аналіз ймовірного ризику; прийняття рішень щодо використання фінансових ресурсів і контроль за виконанням.

підприємства на короткострокову та довгострокову перспективи, що здійснюється з урахуванням оцінки потенційних можливостей підприємства, забезпечення її відповідними ресурсами.

**Менеджер, його завдання та обов’язки**

Сьогодні тих, хто управляє підприємством, все частіше називають «менеджерами». У сучасному розумінні поняття «менеджер» означає «керівник». ***Менеджер*** – це найманий керівник-професіонал, що спеціалізується на збільшенні прибутку. Українською мовою терміни «керівник» і «управлінець», зазвичай вживаються як синоніми. Водночас поняття «управління», «керівництво», «організація» фіксують і відображають ті особливі завдання, які розв’язують керівники у своїй діяльності.

Із розвитком ринкової економіки, крім терміну «менеджер», почали широко використовуватися терміни «бізнесмен», «підприємець», між якими є суттєві відмінності. *Бізнесмен –* це насамперед ділова людина, яка займається підприємницькою діяльністю, спрямованою на одержання прибутку, бере на себе ризик і несе при цьому відповідальність власним капіталом. ***Підприємець*** *–* це людина, яка бере на себе ризик, пов’язаний з організацією нового підприємства, розробкою нової ідеї, нової продукції або нового виду послуг, які пропонуються суспільству. ***Менеджер***обіймає якусь постійну посаду і в його підпорядкуванні знаходиться та чи інша кількість виконавців.

Оскільки всі підприємці беруть активну участь у формуванні цілей підприємства та керують ними на початку діяльності, то їх усіх можна вважати менеджерами.

* 1. **Функції менеджменту**

Для виконання тієї чи іншої відносно простої роботи необхідно завчасно визначити, що потрібно в результаті отримати, як організувати справу, мотивувати та проконтролювати її виконання. Це і є функцією управління.

***Управління*** *–* це процес, який спрямований на досягнення цілей

## Рис. 6.2. Функції менеджменту

Функція ***планування*** полягає, передусім, у пошуку цілей тієї чи іншої фірми, визначенні шляхів їх досягнення. До ***організаційної***функції менеджменту належать такі питання як розподіл повноважень і відповідальності,виконання тих чи інших конкретних завдань, структура фірми тощо. Однак, навіть найкращий план діяльності фірми, найдосконаліша її структура – ніщо без людей. Тому важливою функцією менеджменту є ***мотивація****,* пов'язана із забезпеченням виконання співробітниками своїх обов'язків.

Ретельна перевірка *(****контроль****)* виконання поставлених завдань, відповідності структури фірми, обґрунтування «страти» та «помилування» підлеглих керівником є безумовними функціями менеджменту (табл. 6.1).

*Таблиця 6.1*

**Функції менеджменту та їх характеристика**

*Продовження табл.6.1*

- *оперативні рішення* (стосуються щоденного перебігу справ);

- *стратегічні рішення* (стосуються організаційної політики та напряму діяльності на значно триваліший період часу).

Управлінські рішення можуть бути *обґрунтованими,* тобто прийнятими на основі економічного аналізу та багатоваріантного розрахунку, а також *інтуїтивними,* які хоч і дають змогу зекономити час, однак містять невизначеність та імовірність помилок.

Технологія менеджменту розглядає управлінське рішення як процес, що складається з наступних стадій: підготовки (І, II, III, IV кроки), прийняття (V крок) та реалізації рішення (VI крок) (рис. 6.3).

Достовірна, поточна та прогнозна інформація, аналіз усіх факторів, що впливають на рішення, з урахуванням передбачення його можливих наслідків – основа прийняття рішень.

Заключною фазою, яка також є складовою процесу прийняття управлінського рішення і починається після того, як рішення почало діяти, є *налагодження зворотного зв’язку.* Система обстеження та контролю необхідна для забезпечення узгодження фактичних результатів з тими, що очікувалися у період прийняття рішення.

***Методи прийняття рішень***, спрямовані на досягнення поставлених цілей, можуть бути різними. Серед них слід виділити методи, що ґрунтуються на:

- *науково-практичному підході*, який пропонує вибір оптимальних рішень на основі опрацювання значної кількості інформації та допомагає обґрунтовувати рішення, що приймаються;

- *«здоровому глузді»*, коли керівник, приймаючи рішення, обґрунтовує їх послідовними доведеннями, зміст яких базується на власному практичному досвіді;

*- інтуїції керівника*, його досвіді та знаннях у конкретній галузі діяльності, що дає змогу прийняти правильне рішення.

**Рис. 6.3. Послідовність прийняття рішень**

**Питання для самоперевірки**

1. Що таке менеджмент і як він розвивався?

2. Які види менеджменту Ви знаєте?

1. Які функції менеджменту Ви знаєте? Коротко охарактеризуйте кожну з них.
2. У чому, на Ваш погляд, полягає важливість прийняття управлінських рішень?
3. Яка послідовність прийняття раціональних рішень?

**Питання для самостійного вивчення**

* + 1. Які Вам відомі теорії сучасного менеджменту?
    2. Які заходи потребують стратегічного, а які тактичного планування?
    3. Які особливості мотиваційних заходів у різних країнах світу та України?
    4. Види контролю за процесами підприємницької діяльності.

**Теми рефератів**

1. Стилі керівництва.

2. Вимоги, які ставляться до сучасного менеджера.

3. Кар'єра одного з відомих менеджерів: власний шлях успіху.

4. Сутність корпоративного управління.

5. Суть, значення та види мотивації.

**РОЗДІЛ 7**

**КОМЕРЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ СТРУКТУР**

**7.1. Поняття маркетингу та його роль у бізнесі**

Забезпечення комерційного успіху залежить від глибокого і всебічного вивчення ринку та ринкових можливостей. Аналіз ринкових умов господарювання, розробка шляхів і методів впровадження товару на ринок і розширення обсягів та асортименту його реалізації становлять особливий напрям у діяльності підприємницьких структур, який називають маркетингом.

Розрізняють: мікромаркетинг, який вирішує питання оптимізації виробництва на рівні підприємства (фірми) та макромаркетинг – реалізація продукції на рівні народного господарства, стимулювання економічного розвитку країни. Предметом нашого розгляду є мікромаркетинг.

Визначень маркетингу є багато і кожне з них розкриває його з різних сторін. Не спиняючись на дифеніціях, зазначимо, що для підприємства (фірми) важливо не саме визначення, а концепція маркетингу, що є орієнтованою на споживача, інтегрованою, цільовою філософією підприємницької структури. Тому під маркетингом розуміють підприємницьку діяльність у сфері збуту, спрямовану на задоволення потреб покупців при посередництві обміну.

* товарів;
* прогнозування доходів потенціальних споживачів і потреб їх у певному товарі;
* використання реклами як основного способу нецінової боротьби з конкуруючими фірмами;
* стимулювання збуту продукції;
* планування товарного асортименту з урахуванням соціально-психологічних настанов різних груп споживачів;
* спеціальна організація торговельного обслуговування споживачів, коли не покупець заінтересований у товарі, а товар повинен наближатися до потенційного споживача.

На практиці *принципи маркетингу* зводяться до трьох послідовних етапів:

* складання асортиментної програми виробництва фірмової продукції на базі вивчення ринку;
* ретельне виконання наміченої виробничої програми;
* здійснення програми маркетингу з оволодіння ринком збуту продукції.

*Ринкова стратегія підприємства (фірми)* розглядається і визначається з двох позицій: 1) з позиції підприємства (фірми), його характерних особливостей, потреб і можливостей та 2) з позицій ринку – його ємності, рівня насиченості, стану конкуренції, ймовірності появи товарів-аналогів і товарів-замінників та ін. Надання переваги тій чи іншій позиції призводить до маркетингу, що орієнтований на продукт, або до маркетингу, що орієнтований на споживача.

ринку. Тоді для кожного сегменту ринку передбачається випуск відповідного товару.

Надалі підприємство (фірма) провадить позиціонування товару на ринку. Воно з’ясовує відповідність свого товару вимогам споживачів, а також його позицію порівняно з аналогічними товарами конкурентів і вибирає вид маркетингу, який використовуватиметься в тому чи іншому випадку. Бувають різні види маркетингу. Так, якщо попит на товари або послуги значно перевищує рівень виробничих можливостей і товарні ресурси, то з метою перенесення попиту на інші товари або послуги застосовують *демаркетинг, з* допомогою якого (підвищуючи ціни на товари та послуги) припиняється стимулювання продажу. Таким чином впливають на споживачів, їх купівельну спроможність.

*Конверсійний маркетинг* пов’язаний з наявністю негативного попиту на товари або послуги, при якому всі або більшість найважливіших сегментів потенційного ринку відхиляють товар або послугу. Завданням маркетингової служби підприємства (фірми) в такій ситуації є розробка плану, який сприятиме зародженню попиту на відповідні товари, а в перспективі – розвитку його до рівня, пропорційного пропозиції товарів.

*Підтримуючий маркетинг* використовується підприємницькими структурами, коли ситуація на ринку сприятлива для виробника (продавця).

***Рис. 7.1.******Порядок проведення маркетингового дослідження***

*Стимулюючий маркетинг* пов’язаний з товарами та послугами, на які немає попиту. А це можливо у трьох випадках, Перший – коли відомі товари сприймаються як такі, що втратили цінність. Другий - товари сприймаються як такі, що мають цінність, але не на цьому ринку. Третій – на нові товари, що з'являються на ринку, відсутній попит, тому що ринок не підготовлений до появи їх.

На основі даних маркетингового дослідження розробляють рекомендації для виробництва, які включають у себе комплекс заходів щодо випуску товарів, визначення їх ціни, методу розподілу, стимулювання збуту (рис. 7.1).

На наступному етапі виробник вирішує – продавати товар самостійно чи через посередників, тобто питання товароруху: складування, транспортування, утворення товарних запасів. Розробляють методи продажу товарів через оптову і роздрібну торгівлю, а також методи збуту товарів (технологія і організація торгівлі), стимулювання (реклама, інформація, демонстрація зразків, пільгові ціни, премії).

Маркетинг здійснюється як самими підприємницькими структурами, що мають сьогодні спеціальну управлінську ланку, яку називають відділ (центр, бюро, агентство), що поєднує дії в сфері збуту, реклами, ціни, якості продукції, так і окремими підприємствами бізнесу. У першому випадку маркетинг виступає як складова частина комерційної діяльності підприємства (фірми), у другому – як основний вид підприємницької діяльності.

У країнах з розвиненою ринковою економікою функціонує безліч різних фірм, що займаються маркетинговою діяльністю і сприяють тим самим зміцненню зв'язків між виробництвом, обігом і споживанням.

Маркетинг – необхідний засіб просування до успіху, тому не потрібно боятися витрат на нього – вони завжди компенсуються з прибутком. Це справа фахівців, особливих служб, фірм.

***Рис. 7.2.******Класифікація товарів***

*Товари промислового призначення* поділяються за їх участю у процесі виробництва.

*Необоротні засоби* – це товари, які використовуються у процесі діяльності підприємства більше одного року (будівлі, споруди, обладнання, машини).

*Оборотні засоби* – це товари, що використовуються у процесі виробництва як предмети праці (сировина, матеріали) менше одного року.

Ділові послуги – це послуги. Консультативного характеру, юридичні послуги, послуги з аудиту.

**Життєвий цикл товару**

Коли підприємство випускає новий товар на ринок, воно, звичайно, сподівається, що цей товар буде довго «жити» та постійно приносити прибуток. Але, як правило, існує визначений життєвий цикл товару, тобто час і характерні особливості існування товару з моменту його появи та надходження на ринок до моменту його зникнення з ринку. ***Життєвий цикл*** товару складається з чотирьох чітко виражених стадій, які відрізняються обсягом продажу та доходами: впровадження, зростання, зрілість і спад. Особливості процесу реалізації того чи іншого твору визначаються тим, на якому етапі життєвого циклу він знаходиться.

Характеристику етапів життєвого циклу товарів наведено в таблиці 7.1.

підтвердження безпеки товару для здоров’я та життя людини, майна та навколишнього середовища, а також для підвищення конкурентоспроможності.

В Україні обов’язкова сертифікація здійснюється на підставі вимог Закону України «Про захист прав споживачів» та інших нормативних документів.

Доказом того, що потенційно небезпечні товари пройшли обов’язкову сертифікацію та є безпечними для споживання, є проставлення на них знаку відповідності. Кожна країна має національний знак або декілька знаків відповідності. Він проставляється, якщо це можливо, на незйомній частині товару.

*Сертифікат* – це документ, який видається на продукцію, що пройшла сертифікацію. Він засвідчує відповідність продукції вимогам нормативного документу.

*Товарний знак –* це будь-який знак-символ, малюнок або їх комбінація, що використовуються для позначення товарів підприємства та відрізняють їх від товарів конкурентів.

Одержання товарних знаків має добровільний характер, хоча й вимагає процедури реєстрації, яка може бути досить складною та догою.

За допомогою товарного знаку споживач має можливість ідентифікувати певний товар, може купувати його знову, а також рекомендувати іншим. Використовуючи товарний знак, спеціалісти з маркетингу розробляють особливий імідж товару та маркетингову стратегію його збуту.

Товарні знаки можна зареєструвати в бюро патентів у якості торгових марок. Торгова марка – це товарний знак або назва, що зареєстровані у законному порядку та надають власнику виняткове право на їх використання. Виробники оберігають свої торгові марки, так як відома усім назва є суттєвою перевагою і стимулює збут.

За допомогою торгової марки:

* здійснюється ідентифікація продукції покупцями;
* гарантується визначений рівень якості товару або послуги;
* встановлюється відповідальність підприємства за свою продукцію;
* рекламується продукція;
* зростає престиж продукції через поширене визнання торгової марки;
* зростають обсяги збуту продукції, і з’являється можливість продажу цілої асортиментної групи товарів тощо.

Не менш важливим є і зовнішній вигляд реалізованого на ринку товару, що забезпечується наявністю відповідної упаковки.

*Упаковка* включає тару, в якій розміщується продукція, етикетку та вкладиш.

*Етикетка* є складовою частиною упаковки. Вона призначена для ідентифікації товарного знаку незалежно від того, прикріплена вона до окремої упаковки чи розміщена на тарі. Етикетка надає інформацію про якість товару, його інгредієнти, спосіб споживання, термін зберігання та ризик, пов’язаний з його використанням.

*Вкладиш* – це суттєвий додаток до упаковки. Він надає загальні відомості про даний товар, інформацію про виробника, спосіб споживання. Вкладиш сприяє рекламуванню даного товару, повідомляє про майбутні новинки.

Ринковим атрибутом товару, невід’ємною частиною етикетки та вкладиша є *штриховий код*, який надає можливість не тільки ідентифікувати товар, але й полегшити його продаж шляхом зчитування за допомогою відповідного обладнання у торговельних точках.

Якісна упаковка не тільки запобігає псуванню і пошкодженню товару, а й підкреслює його переваги своєю формою, складом і дизайном. Упаковка переслідує й інші цілі. Вона полегшує презентацію та демонстрацію товару, привертає увагу покупця. Упаковка повинна бути зручною. Наприклад, заморожені продукти харчування все частіше продаються у спеціальній картонній упаковці, щоб їх було зручно приготувати у мікрохвильовій печі. Раціональна упаковка зменшує витрати та створює реальні переваги виробника над конкурентами.

Окрім виконання практичних функцій, упаковка є засобом передачі інформації. Колір упаковки дозволяє покупцям зробити висновок про товар ще до того, як вони прочитали етикетку. Наприклад, парфуми та косметика у чорній упаковці справляють враження елегантних і дорогих виробів. У багатьох випадках упаковка є суттєвою частиною самого товару.

**7.3. Торгівля і комерція: їх зміст, класифікація та відмінності**

Реалізувати свій товар підприємницькі структури можуть, працюючи за замовленнями або на вільний ринок. У першому випадку все зводиться до додержання договірної дисципліни та взаємних угод. У другому – без заздалегідь встановлених відповідних обмежень щодо якісних і кількісних характеристик. При цьому завдання реалізації товарів включають у себе визначення можливих ринків збуту, вибір конкретних форм їх реалізації, які здійснюються через торгівлю.

***Торгівля*** – це галузь господарства, яка виконує функції обігу товарів (забезпечує їх рух із сфери виробництва у сферу споживання),

пов’язана з продажем товару кінцевим споживачам. Тому в оптовій торгівлі товар може бути проданий два і більше разів (спочатку на регіональному, а потім на місцевому рівнях), а у роздрібній – тільки один раз.

Підприємства оптової торгівлі поділяють: на оптові фірми (організації) виробників; комерційні оптові організації; агентів і брокерів.

*Оптова торгівля* виробників розвинена в автомобіле- та машинобудуванні. Комерційні оптові організації отримують право власності на товари і займаються широким спектром торгівлі у галузі будматеріалів, продуктів деревообробки, спеціальних продуктів харчування, бакалійних, тютюнових виробів, напоїв, ліків та ін. Агенти і брокери такі самі посередники, як і оптовики. Вони не отримують права власності або самого товару, їх доход формується за рахунок обумовленого відсотка вартості товару або комісійних винагород. Відмінність між агентами і брокерами полягає у тому, що перші використовуються постійно, а другі – тимчасово.

*Формами оптової торгівлі* можуть бути: конкурентні торги; закриті торги; аукціонна торгівля (вона може бути і роздрібною).

*Конкурентні торги –* це форма організації торгівлі, коли потенційні продавці обумовлюють письмово умови купівлі, а також характеристики товарів та послуг, а покупець вибирає найкращу пропозицію.

При *закритих торгах* умови контракту тримають *в* таємниці.

*Аукціонна торгівля* – це спосіб реалізації товарів за допомогою конкуренції покупців.

Важливе місце в здійсненні оптової торгівлі належить біржі.

Роздрібна торгівля замикає ланцюг руху товару від виробника до споживача До роздрібної торгівлі, поряд з магазинами та іншими торговельними установами, належать також і підприємства громадського харчування та сервісу.

*Формами роздрібної торгівлі* є незалежні роздрібні торговці, що володіють магазином; торгівля на основі оренди торговельної точки; організація торгівлі на паях (тобто кооперативних засадах).

Основні види підприємств роздрібної торгівлі: підприємства самообслуговування (універсами); магазини товарів за зниженими цінами; магазин-склад; торгівля за каталогами; немагазинна торгівля (замовлення поштою, інформаційні листи); торговельні автомати; продаж на дому та ін.

Торгівля відображує економічні відносини суспільства За рівнем торгівлі можна робити висновок, наскільки розвинені ці відносини. Порівнюючи торгівлю в колишніх республіках Союзу (нині СНД) і в

статуту та чинному законодавству. Для її здійснення необхідно придбати ліцензію на вивезення товару, яка видається Міністерством економіки, Міністерством зовнішніх економічних зв’язків і торгівлі та іншими міністерствами, яким таке право надає Кабінет Міністрів України.

Основним інститутом, що регулює міжнародні торговельні відносини, є Генеральна угода по тарифах і торгівлі (*General Agreement on Tariffs and Trade (GATT)*), завданням якої є лібералізація зовнішньої торгівлі та торгових режимів, зниження розмірів торговельних тарифів, боротьба з протекціонізмом і демпінгом. В основу діяльності GATT покладено принцип «однакового підходу» до партнерів.

Діяльність GATT охоплює широке коло тарифно-митних питань. Ті угоди відпрацьовуються на основі так званого «раунду переговорів», що утворює торгово-правовий каркас, до рішень якого зобов’язані пристосовувати свою зовнішньоторговельну політику окремі держави.

Класична схема руху товарів від експортера до імпортера така; склад експортера – шлях до порту (залізничної станції) – знаходження у порту – шлях за кордон – розвантаження та зберігання товару за кордоном – доставка імпортеру. Ця схема визначає набір комерційних документів, які можна поділити на товарні, страхові і супроводжувальні.

*Товарним документом* є коносамент (накладна), який підтверджує одержання вантажу, тимчасове його збереження та складування, відвантаження і доставку вантажоотримувачу. *Індосамент* дозволяє передавання коносаменту іншій особі.

*Страховий документ –* це *страховий поліс,* який видається страховою компанією для забезпечення цілості товарів від пошкоджень, втрат і форс-мажорних обставин (стихійних лих).

*Супроводжувальний документ* представлений рахунком-фактурою. Цей документ дає докладний опис товарів. До нього можуть додаватися сертифікати, які засвідчують вид, походження, масу, обсяг, якість та хімічний аналіз товарів.

Основними моментами при ввезенні (імпорті) товарів з-за кордону на національний ринок є ***митний огляд*** і ***митний тариф***. Завданням митного огляду є:

* оцінка вартості товарів, що ввозяться, і визначення виду мита, яке оподатковується;
* відповідність маркування національним стандартам;
* виявлення товарів, заборонених до ввезення на національний ринок;
* відповідність величини партії, зазначеній у рахунку;

за свій рахунок зафрахтувати судно, оплатити перевезення (фрахт), митні витрати і страхування вантажу до того моменту, коли він не перетне борт судна при відвантаженні, а покупець бере на себе ризик щодо збереження вантажу після перетинання вантажем лінії судна;

DAF (ДАФ), (вартість, фрахт) – продавець оплачує всі видатки з відвантаження, страхування і фрахту до прибуття судна у порт призначення на кордоні, але до вступу на митний кордон країни, зазначеної в договорі.

**7.5. Комерційні угоди і посередництво у бізнесі**

Комерційна угода – це згода між двома або кількома сторонами на поставку товарів, робіт або послуг відповідно до умов, встановлених угодою.

Якщо в угоді беруть участь представники різних країн (фірми, які не зареєстровані на території країни продавця або покупця), то вона є *міжнародною.* Якщо в угоді беруть участь представники однієї країни, а також іноземні фірми, зареєстровані у країні покупця або продавця, то така угода вважається *внутрішньою.*

Усі комерційні угоди можна розподілити на два види: основні та допоміжні.

До *основних* можна віднести угоди, пов'язані: з купівлею-продажем продукції; з купівлею-продажем та обміном науково-технічних знань (патенти, ліцензії, «ноу-хау» тощо); з купівлею-продажем технічних послуг (впровадження нових технологій, сприяння при будівництві унікальних об'єктів); з орендою засобів виробництва, товарів, робіт та послуг, з організацією туризму, в тому числі міжнародного.

реалізації комерційної угоди, є *угода,* або контракт. Так, відповідно до класифікації угод можна виділити такі форми угод, або контрактів: купівля-продаж, ліцензійні, маркетингові, орендні угоди, страхування, перевезення, поставки, зберігання та ін.

Структура торговельного контракту може включити такі розділи: «Визначення сторін», «Предмет контракту», «Ціна і сума контракту», «Строки поставки», «Якість товару», «Гарантії», «Рекламації», «Порядок відвантаження», «Здавання – приймання товарів», «Платежі», «Упаковка і маркування», «Санкції», «Страхування», «Форс-мажор», «Арбітраж», «Інші умови», «Юридичні адреси сторін» (Реквізити сторін).

У комерційній практиці найчастіше використовується два основних методи реалізації комерційних угод: безпосередньо з виробником та через посередника. Решта методів – це комбінація двох основних.

*Прямі торговельні* угоди – це операції між безпосередніми споживачами і виробниками товарів, робіт, послуг. Вони мають значні переваги, але бізнесмену потрібно мати своїх фахівців, які здатні забезпечити перевезення, зберігання.

*Торговельно-посередницькі* угоди – це операції, пов’язані з купівлею-продажем товарів, робіт, послуг, які виконуються за дорученням покупця або продавця незалежним торговельним посередником згідно з укладеною між ними угодою.

Торговельно-посередницькі угоди за характером взаємовідносин між підприємством і посередником можна розподілити на такі види:

операції з перепродажу – посередник купує товари у виробника, тобто стає їх власником;

комісійні – посередник не купує товар у виробника, а здійснює угоди купівлі-продажу за його рахунок і за винагороду, обумовлену договором комісії (до 10 % від суми угоди);

Посередництво – категорія ринку. Це відносини, що виникають між людьми за участю третьої особи при здійсненні комерційної угоди. Сьогодні без нього не можуть обійтися підприємницькі структури та державні підприємства, оскільки тільки посередництво може прискорити рух товарів до кінцевого споживача. Посередник – це повноцінний суб’єкт економічних відносин.

Комерційна угода здійснюється в кілька етапів:

* пошук і вибір контрагента;
* підготовка до підписання контракту купівлі-продажу;
* укладання контракту;
* реалізація умов контракту.

Кожний етап можна розбити на певні послідовні стадії.

Найбільш складне завдання – вибір контрагента, від чого залежить результат угоди. Слід також визначити, який товар необхідно закупити, кому і як продати його.

Дуже важливо вирішити питання фінансування угоди: готівка, кредит, обмін частини продукції, за рахунок реалізації іншого товару, визначити постачальника, підготувати оферту (комерційну пропозицію), механізм реалізації умов контракту.

**Питання для самоперевірки**

1. Розкрийте суть маркетингу, назвіть його види та охарактеризуйте їх.
2. Сегментація ринку. Що це за процес? Для чого проводиться сегментація?
3. Що таке життєвий цикл товару, з яких етапів він складається? Охарактеризуйте ці етапи.
4. Що Ви розумієте під ринковою атрибутикою товару? Дайте характеристику основних ринкових атрибутів товару.
5. Яка відмінність між торгівлею і комерцією, зовнішньою та міжнародною торгівлею? Назвіть форми розрахунку між партнерами.
6. Дайте перелік посередницьких операцій.

**Питання для самостійного вивчення**

1. Які основні положення віддзеркалюють концепцію маркетингу?
2. На яких принципах здійснюється впровадження маркетингу в підприємницьку діяльність?
3. Які завдання вирішує підприємець у рамках маркетингу?
4. Як реалізуються в практиці підприємницької діяльності функції маркетингу?
5. Які типи поведінки споживачів, на Ваш погляд, необхідно врахувати для підвищення ефективності підприємницької діяльності?

**Теми рефератів**

1. Основні принципи маркетингу.
2. Роль та значення посередницького підприємництва.
3. Комерційне підприємництво.

**РОЗДІЛ 8**

**ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ**

**8.1. Поняття і види зовнішньоекономічної діяльності підприємств**

# Поняття і види ЗЕД

***Зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД)*** – це діяльність, пов’язана з переміщенням грошей, товарів, капіталу, технологій, послуг через державний кордон.

Країни світу відрізняються одна від одної корисними копалинами, кліматичними умовами, рівнем добробуту населення тощо. У результаті цього кожна з них спеціалізується на виготовленні тієї продукції, яка виготовляється з меншими витратами. Такий міжнародний поділ праці дає змогу всім учасникам зовнішньоекономічної діяльності вигідно використовувати національний виробничий потенціал.

Зовнішньоекономічна діяльність реалізується як на рівні держави, так і на рівні окремих підприємств. У першому випадку вона спрямована на встановлення міждержавного співробітництва, створення правових і торговельно-політичних механізмів, які стимулюють розвиток і підвищують ефективність зовнішньоекономічних зв'язків. У другому випадку зовнішньоекономічна діяльність проявляється в укладанні та виконанні контрактів з іноземними партнерами.

*Зовнішньоекономічна діяльність може здійснюватися за наступними напрямами* (рис. 8.1).

***Рис.8.1. Основні напрями зовнішньоекономічної діяльності***

У межах зовнішньоторговельної діяльності розрізняють чотири основні ***види операцій*** (рис. 8.2).

***Рис. 8.2.******Види зовнішньоторговельна операцій***

*Експорт та імпорт мають свої завдання.* Так, експорт сприяє:

- розширенню виробництва, збільшенню прибутку за рахунок охоплення новий ринків;

- підтримці техніко-економічного рівня під «тиском» міжнародної конкуренції;

- збільшенню валютних ресурсів підприємства.

Імпорт здійснюється з метою:

- модернізації та розширення виробничого апарату підприємства;

- досягнення економії на заміні сировини та обладнання вітчизняного виробництва закордонною конкурентноспроможною продукцією;

- розширення виробництва, збільшення прибутку за рахунок охоплення нових внутрішніх ринків;

* збагачення асортименту на національному споживчому ринку.

Будь-яке підприємство може виступати як експортером, так і імпортером; воно може експортувати (імпортувати) товари, капітал і технології.

# Суб’єкти ЗЕД

# Відповідно до чинного законодавства, суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності України є:

- *фізичні особи* – громадян України, іноземні громадяни та особи без громадянства, які постійно проживають на території України;

- *юридичні особи*, що зареєстровані та мають постійне місцезнаходження на території України;

- *фізичні та юридичні особи, які мають постійне місцезнаходження на території України* та яким не заборонено здійснювати господарську діяльність згідно з цивільно-правовим законодавством;

- *структурні одиниці іноземних суб’єктів господарської діяльності*, які не є юридичними особами згідно з законами України (філії, відділення тощо), але які мають постійне місцезнаходження на території України;

- *спільні підприємства* за участю суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, які зареєстровані в Україні та мають постійне місцезнаходження на території України.

***Рис. 8.3.******Види зовнішньоекономічної стратегії держави***

***1. Стратегія ізоляції*** здійснюється винятково з політичних та ідеологічних мотивів і економічно ніяк не виправдана.

Високі ставки мита на імпортні товари роблять ці товари неконкурентоспроможними на внутрішньому ринку, що використовується для захисту національного виробника.

До основних нетарифних обмежень відносять квотування та ліцензування.

Під ***квотою***розуміють кількісне обмеження окремих видів товарів, які дозволяється ввозити (вивозити) до (з) країни. Дієвим заходом регулювання зовнішньої торгівлі є встановлення державою імпортних та експортних квот.

Імпортні квоти запроваджуються для обмеження ввезення товарів з-за кордону. Експортна квота встановлюється з метою уникнення дефіциту вітчизняних товарів на внутрішньому ринку.

Запроваджуючи квоти, держава видає ліцензії на ввезення та вивезення певних товарів конкретним підприємствам.

ненадання режиму найбільшого сприяння підприємствам окремої країни в умовах, коли такий режим наданий майже всім іншим торговим партнерам.

***3. Стратегія вільної торгівлі*** зазвичай проводиться країнами, які є лідерами на ринку та яким немає необхідності турбуватися про підрив конкурентоспроможності своїх товарів.

***4. Стратегія насичення дефіцитного ринку*** ефективна лише у випадку великого дефіциту товарів на національному ринку.

Умови втілення тієї чи іншої стратегії можуть бути жорсткими, коли обрана державою стратегія стосується всіх товарів і ринків. Умови можуть бути м’якими, коли обрана стратегія проводиться тільки за окремими товарами та ринками. М’якість стратегії дозволяє більшості держав поєднувати декілька зовнішньоекономічних стратегій.

Окрім формальних інструментів торговельної політики, уряди всіх країн час від часу вдаються до різних неформальних чи адміністративних заходів, аби обмежити імпорт і заохотити експорт товарів. Адміністративною торговельною політикою називають встановлення бюрократичних правил, спрямованих на ускладнення імпорту до країни.

Як і всі інші інструменти торговельної політики, адміністративна політика вигідна робітникам і невигідна споживачам, які не можуть отримати доступ до імпортної продукції, що переважає місцеву за тими чи іншими параметрами.

У сучасних умовах всі розвинуті країни проголосили курс вільної торгівлі, але використовують при цьому такий набір економічних заходів, які дозволяють заохочувати експорт в одних галузях і обмежувати імпорт в інших.

**8.2. Методи здійснення зовнішньоекономічної діяльності**

У міжнародній практиці використовуються два основних методи здійснення зовнішньоекономічної діяльності: прямий метод, який передбачає постачання товарів промисловими підприємствами безпосередньо іноземному споживачу або закупівлю у нього відповідних товарів, і непрямий метод – полягає у продажу та закупівлі товарів через посередників.

***Прямий метод*** здійснення зовнішньоекономічної діяльності найчастіше використовується:

- підприємствами, які торгують промисловою сировиною на підставі довгострокових контрактів:

- при експорті великогабаритного та дорогого обладнання;

- при експорті стандартного багатосерійного обладнання через власні закордонні філії та дочірні компанії;

- при закупівлі сільськогосподарських товарів безпосередньо у фермерів-виробників;

- при державному продажі та закупівлі.

*Прямі зв’язки мають ряд переваг:* більш тісні контакти з контрагентом, краще знання кон'юнктури ринку, більш швидке пристосування своїх виробничих потужностей до потреб споживача.

***Непрямий метод*** здійснення зовнішньоекономічної діяльності використовується:

- при реалізації стандартного промислового обладнання;

- при реалізації споживчих товарів;

- при реалізації неосновної продукції, на віддалених, важкодоступних і погано вивчених ринках:

- при просуванні нових товарів;

- при відсутності власної збутової мережі в країнах-імпортерах;

У різноманітних процесах зовнішньоекономічних відносин постає необхідність обміну грошей однієї країни на гроші іншої країни (наприклад, при розрахунках за придбаний товар).

Грошова одиниця будь-якої країни, а також грошові знаки іноземних держав та інші платіжні засоби, то використовуються у міжнародних розрахунках, називається ***валютою***.

***Валюта***– це загальна назва грошових одиниць різних країн, які приймаються до оплати за будь-які товари, послуги та роботи. Вона може бути як національною, так й іноземною.

Наявність власної національної грошової одиниці – ознака суверенітету та державності будь-якої країни. Однак, розвиток міжнародних економічних зв'язків передбачає наявність грошових відносин між країнами. Це означає, що грошові одиниці певної країни повинні визнаватися і прийматися в інших країнах, що є однією з найважливіших характеристик валюти.

Здатність однієї валюти обмінюватися на інші називається її *конвертованістю*.

Конвертованість валют – невід’ємний атрибут ринкової економіки. Без конвертованості неможлива свобода вибору – тобто те, без чого ринкові відносини втрачають сутність. Без конвертованості національної грошової одиниці товаровиробник не може приєднатися до різноманітних структур ринку, в міжнародний поділ праці, вільно продавати свою продукцію на ринку будь-якої країни, а покупець позбавляється можливості задовольнити свій платоспроможний попит.

Національні банки відповідних країн розробляють і затверджують Класифікатори іноземних валют, що регулюють режим застосування кожної валюти та поділяють її на рівні конвертованості.

Відповідно до Класифікатора іноземних валют, ***валюта поділяється*** на 3 групи: *вільноконвертована. частково конвертована* та *неконвертована валюта.*

Вільно або повністю конвертованою прийнято називати валюту, яка вільно та необмежене обмінюється на інші іноземні валюти. Стабільна і сильна валюта порівняно з грошовими одиницями інших країн отримала назву твердої. До вільноконвертованих валют відносяться євро, долари США, японські єни, англійські фунти стерлінгів тощо, їх можна без обмежень обмінювати та розраховуватися ними за придбаний товар в будь-якій країні. В основному, це валюти розвинутих держав і деяких країн, що розвиваються.

В Україні курси цих валют встановлюються Національним банком України.

У світовій торгівлі роль основної валюти виконує долар США, за допомогою якого здійснюється більша частина міжнародних розрахунків, фіксуються світові ціни на більшість товарів, сировину, паливо, значну частину готових виробів, а також тарифів за різні види послуг. А також валюта Європейського Союзу – євро.

У більшості інших держав – частково конвертована валюта, тобто та, яка діє з певними валютними обмеженнями.

*Під валютними обмеженнями* розуміють систему економічних правових та організаційних заходів, які регламентують операції з національною валютою, золотом тощо. Причинами валютних обмежень можуть бути недостатність валюти, великий зовнішній борг тощо.

До такого виду валют відносяться національні валюти більшості країн, що розвиваються, країн ближнього зарубіжжя, країн СНД (наприклад, угорські форинти, індійські рупії, ізраїльські нові шекелі, турецькі ліри, чеські та словацькі крони та інші).

*Неконвертованою* *називають валюту*, яка функціонує тільки у межах однієї країни та вільний обмін якої заборонений. Наприклад, єгипетські фунти, туркменські манати, югославські динари та інші.

Існує прямий зв’язок між економічним розвитком країни, зрілістю ринкових відносин і ступенем конвертованості її валюти.

Кожна самостійна держава прагне до того, щоб мати власну національну валюту. ***Своя валюта дозволяє державі:***

- реально та ефективно управляти вітчизняною економікою (застосовуючи, коли потрібно, додаткову емісію грошових знаків);

- забезпечити повну незалежність країни від інших держав, які здійснюють свою грошову політику у власних інтересах;

- надійніше захищати національне господарство від інфляції, яка може бути спричинена станом економіки інших країн.

*Зворотне (або непряме) котирування* показує ціну одиниці національної валюти в іноземній. У нашому прикладі 1 гривня дорівнює 0,1 євро.

Іноді валюти котируються не відносно одна до одної, а до деякої базової валюти, в якості якої найчастіше всього виступає євро.

В офіційній практиці в Україні, як правило, використовується пряме котирування.

Розрізняють ***два види валютних курсів***: *фіксований* і *плаваючий.*

*Фіксований курс* – це офіційно встановлене співвідношення між національними валютами.

*Плаваючий курс* – це курс валюти, який вільно змінюється піт, впливом попиту та пропозиції.

За системи плаваючих курсів існує курс продавця валюти (більш високий) і курс покупця (більш низький). Різниця між курсами (маржа) формує дохід підприємців і банків.

Валютний курс залежить від багатьох факторів: стабільності економіки та рівня інфляції у країні: попиту й пропозиції на валютних ринках: співвідношення купівельної спроможності валют, які обмінюються. Це можуть бути також й інші фактори, наприклад, соціально-політичного характеру.

На валютний курс впливають наступні фактори:

- стан платіжного балансу,

- рівень інфляції;

- одержання короткострокових кредитів;

- політичні фактори.

При постійно активному платіжному балансі курс валюти підвищується, при пасивному – знижується. Основним завданням будь-якої держави є підтримання балансу в рівновазі, впливаючи на його доходну та витратну частини.

**Питання для самоперевірки**

1. Що розуміють під зовнішньоекономічною діяльністю підприємства? Охарактеризуйте основні її види.

2. Які обмеження зовнішньоекономічної діяльності може встановлювати держава? Які цілі при цьому вона переслідує?

3. Які методи здійснення зовнішньоекономічної діяльності Вам відомі? Чим вони відрізняються?

4. Поясніть, чим зумовлений поділ валют на вільноконвертовані, частково конвертовані та неконвертовані. Наведіть приклади кожної з них.

5. Що таке платіжний баланс? Які складові платіжного балансу Ви знаєте?

**Питання для самостійного вивчення**

1. Якими єперспективні напрями розвитку міжнародної діяльності для підприємств України?
2. Якими нормативно-правовими актами, законами та стандартами регулюється підприємницька діяльність на міжнародному рівні?
3. Які особливості організації міжнародного бізнесу?

**Теми рефератів**

1. Види посередників у зовнішньоекономічній діяльності.
2. Державні та міжнародні організації підтримки підприємництва в Україні.
3. Характеристика платіжного балансу України

**Зразок тестів модульного контролю**

**Модуль 1**

### Запитання 1: Відповідність (графічне)

Обрати відповідне визначення для кожного наведеного терміну

|  |  |
| --- | --- |
| * Правильна відповідьA. попит - це * Правильна відповідьB. пропозиція - це * Правильна відповідьC. стратегія - це * Правильна відповідьD. тактика - це * Правильна відповідьE. ризик - це | * A. кількість товару, яку покупець хоче і може придбати за даних умов протягом певного періоду часу (дня, місяця, року тощо) * B. кількість товару, яку продавець бажає продати за даних умов в одиницю часу (за день, неділю, місяць, рік тощо) * C. максимізація вигоди (доходу, прибутку) в процесі укладання різних угод * D. реалізація стратегії бізнесу у відносинах з контрагентами в кожному окремому випадку з використанням конкретних умов здійснення, строків і предметів угод, тобто способи та методи якими буде реалізована стратегія бізнесу * E. невизначеність природних, людських та економічних факторів, які за несприятливих умов можуть призвести до збитків у фінансово-господарській діяльності |

### Запитання 2: Множина варіантів

Повна економічна влада суб’єкта над об’єктом і повна відповідальність суб’єкта за результати користування

1. власність
2. присвоєння
3. користування
4. розпорядження

### Запитання 3: Множина варіантів

Підприємництво - це

1. самостійний вид діяльності, спрямований на отримання прибутку
2. ініціативна систематична форма економічної діяльності
3. будь-який вид економічної діяльності
4. усе вищезазначене

### Запитання 4: Множина варіантів

Підприємницький прибуток - це

1. різниця між доходами і витратами, отримана внаслідок реалізації підприємницького рішення
2. сума всіх доходів підприємця
3. прибуток від основної діяльності підприємця
4. немає правильної відповіді

### Запитання 5: Множина варіантів

Новаторська функція підприємництва - це

1. впровадження нових форм організації виробництва, оплати праці
2. виробництво товарів, необхідних суспільству
3. реалізація власної мети підприємця
4. продукування нових ідей

### Запитання 6: Множинна відповідь

Найголовніші суб’єкти підприємництва - це

1. фізичні та юридичні особи, зареєстровані у встановленому порядку
2. підприємець, держава, споживачі, партнери, конкуренти
3. обидві відповіді правильні
4. варіант 3), а також громадяни інших держав

### Запитання 7: Множина варіантів

Основні мотиви підприємницької діяльності

1. отримання прибутку, бажання заробити
2. самореалізація, впровадження власних ідей
3. соціальний престиж,досягнення визнання в суспільстві
4. усе перераховане

### Запитання 8: Множина варіантів

Підприємницька ідея - це

1. виявлений інтерес, який має конкретні економічні параметри
2. сукупність підприємницьких рішень, готових до впровадження
3. система взаємопов’язаних рішень, спрямованих на отримання прибутку
4. сукупність новаторських знань щодо нових товарів і послуг

### Запитання 9: Множина варіантів

Основними особистими якостями підприємця є

1. цілеспрямованість, ініціативність, прагнення до нововведень
2. освіта, інтелект, вихованість
3. аналітичний склад мислення, досвід у бізнесі
4. оптимізм, розкутість, привабливість

### Запитання 10: Множина варіантів

Суть виробничо-технічної функції підприємництва полягає у

1. тому, що підприємство займається виробництвом продукції,товарів, робіт і послуг, на які є попит на ринку
2. підприємство є основним місцем працевлаштування громадян
3. реалізуючи свою продукцію за кордоном,підприємство може представляти країну на міжнародному ринку
4. усе вище перераховане

**Модуль 2**

### Запитання 1: Множина варіантів

Податки - це:

1. обов'язкові платежі (збори), що стягуються до державного бюджету з юридичних та фізичних осіб
2. добровільні внески юридичних та фізичних осіб, що сплачуються до бюджетів відповідних рівнів
3. обов'язкові внески до бюджету відповідного рівня або державного цільового фонду, здійснювані платниками у порядку ' на умовах, що визначаються законами України про оподаткування
4. правильної відповіді немає

### Запитання 2: Множина варіантів

Стимулююча функція податків полягає в тому, що:

1. за допомогою податкової системи держава перерозподіляє національний доход на користь тих чи інших верств населення
2. держава, змінюючи умови оподаткування, застосовує систему податкових ставок, пільг і штрафів, сприяє вирішенню найважливіших соціально-економічних проблем
3. змінюючи податкові ставки, пільги та санкції, держава стимулює розвиток технологічного прогресу, інвестицій в базові галузі економіки
4. усі відповіді правильні

### Запитання 3: Множина варіантів

Розрізняють такі типи менеджменту:

1. стратегічний, операційний
2. адміністративний, страховий, фінансовий
3. фінансовий, стратегічний, операційний
4. усі відповіді правильні

### Запитання 4: Множина варіантів

Функція менеджменту - планування передбачає:

1. розподіл повноважень і відповідальності, виконання тих чи інших конкретних завдань, структура фірми тощо
2. пошук цілей фірми, визначення шляхів їх досягнення
3. стимулювання працівників до праці
4. ретельну перевірку виконання поставлених завдань

### Запитання 5: Множина варіантів

Товари промислового призначення - це

1. товари повсякденного попиту
2. необоротні засоби, оборотні засоби, ділові послуги
3. оборотні і необоротні засоби
4. товари попереднього вибору

### Запитання 6: Множина варіантів

Торгівлю класифікують за:

1. типом власності, рухом товарів, масштабами функціонування, сферами виробництва
2. типом власності, рухом товарів, часом проведення
3. обидві відповіді правильні
4. правильної відповіді немає

### Запитання 7: Множина варіантів

Страховий документ - це

1. коносамент (накладна)
2. страховий поліс
3. рахунок-фактура
4. усе перераховане

### Запитання 8: Множина варіантів

Супроводжувальний документ - це

1. коносамент (накладна)
2. страховий поліс
3. рахунок-фактура
4. усе перераховане

### Запитання 9: Відповідність (графічне)

Знайти відповідне визначення для кожного наведеного терміну

|  |  |
| --- | --- |
| * Правильна відповідьA. Експорт * Правильна відповідьB. Зовнішньоекономічна діяльність * Правильна відповідьC. Імпорт * Правильна відповідьD. Реекспорт * Правильна відповідьE. Реімпорт | * A. Операції з вивезення з країни товарів, капіталу, технологій * B. Сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та комерційних функцій, які забезпечують обмін продукцією з матеріально-речовій формі, та мають місце як на території України, так і за її межами * C. Операції з ввезення в крашу товарів, капіталу, технологій * D. Продаж раніше імпортованого товару за кордон * E. придбання раніше експортованого без доробки товару за кордоном |

### Запитання 10: Множина варіантів

Брокерські операції - це

1. операції, які здійснюються на основі угоди, що укладається на певний період і для певного регіону між підприємством і посередником на здійснення операції купівлі-продажу за рахунок і від імені підприємства
2. операції, при яких посередник не купує товар у виробника, а здійснює угоди купівлі-продажу за його рахунок і за винагороду, обумовлену договором (до 10 % від суми угоди)
3. операції, які здійснюються на біржах і передбачають виконання контрактів між продавцями і покупцями
4. правильної відповіді немає

**МЕТОДИЧНІ ВКАЗІВКИ ДО ВИКОНАННЯ КОНТРОЛЬНОЇ РОБОТИ**

Відповідно до навчального плану студенти виконують контрольну роботу з дисципліни “Основи підприємницької діяльності”. Виконання контрольної роботи сприяє поглибленому вивченню основних тем курсу, отриманню практичних навичок ведення бізнесу в умовах ринкових трансформацій економіки України, закріпленню знань щодо організації та ведення підприємницької діяльності.

Варіант контрольної роботи студент обирає за першою літерою свого прізвища (див. таблицю).

|  |  |
| --- | --- |
| Перша літера  прізвища студента | Номер варіанта  контрольної роботи |
| А, Б, В | 1 |
| Г, Д, Е, Є | 2 |
| Ж, З, І, Ї | 3 |
| Й, К, Л | 4 |
| М, Н, О | 5 |
| П, Р, С | 6 |
| Т, У, Ф | 7 |
| Х, Ц, Ч | 8 |
| Ш, Щ | 9 |
| Ю, Я | 10 |

Виконання контрольної роботи студентами заочної форми навчання є складовою навчального процесу та активною формою самостійної роботи студентів.

**Мета контрольної роботи** – поглибити знання в галузі підприєм­ництва на основі визначення та аналізу його проблем, а також сфор­мувати уміння самостійно працювати з навчальною спеціальною лі­тературою, законодавчими актами, статистичними матеріалами та з матеріалами власних досліджень в організаціях.

**Послідовність виконання контрольної роботи**

1. Індивідуальне завдання (зміст індивідуального завдання та його висвітлення).

2. Висновки та рекомендації.

3. Список використаної літератури.

4. Додатки (таблиці, схеми, документи тощо).

Контрольна робота повинна бути виконана та здана у термін, встановлений навчальним планом. Студенти, які не здали контрольну роботу, не допускаються до заліку.

Контрольна робота має бути надрукована за допомогою комп’ютера або написана власноручно. Забороняється вільне скорочення слів та фраз у роботі. Кожну сторінку роботи нумерують, залишаючи поле для зауважень викладача. Контрольну роботу студент повинен підписати і вказати дату її виконання. При задовільному виконанні контрольна робота буде зарахована. За наявності зауважень викладача студент доопрацьовує контрольну роботу.

**ВАРІАНТИ КОНТРОЛЬНИХ РОБІТ**

**Варіант 1**

1. Сутність та функції підприємництва.

2. Обмеження в підприємницькій діяльності.

3. На конкретних прикладах розкрийте, переважно в яких сферах поширений франчайзинг. Поясність чому.

**Варіант 2**

1. Принципи підприємницької діяльності.

2. Установчі документи суб’єктів підприємництва.

3. Поясність основні причини обмеженості розвитку венчурного фінансування в Україні.

**Варіант 3**

1. Правова база розвитку підприємництва.

2. Механізм заснування власної справи.

3. Обґрунтуйте об’єктивну необхідність державного регулювання підприємництва і розкрийте його методи.

**Варіант 4**

1. Історичний розвиток поняття “підприємництво”.

2. Ліцензування і патентування в підприємницькій діяльності.

3. Форми фінансової підтримки малого і середнього підприємництва в Україні.

**Варіант 5**

1. Механізм державної реєстрації суб’єкта підприємницької діяльості — юридичної особи.

2. Види господарських товариств та їх характеристика.

3. Урядові та неурядові організації, що сприяють розвитку підприємництва в Україні.

**Варіант 6**

1. Види підприємств в Україні.

2. Характеристика внутрішніх джерел фінансування підприємництва.

3. Лізинг як вид підприємницької діяльності.

**Варіант 7**

1. Підприємницька діяльність без створення юридичної особи.

2. Особливості фінансово-кредитного підприємництва.

3. Міжнародні організації, що сприяють розвитку підприємництва в Україні.

**Варіант 8**

1. Державна регуляторна політика у сфері підприємництва.

2. Комерційне посередництво як вид підприємницької діяльності.

3. Статутний фонд та його формування.

**Варіант 9**

1. Оподаткування суб’єктів підприємницької діяльності.

2. Роль бізнес-планування в підприємництві.

3. Припинення діяльності підприємницьких структур.

**Варіант 10**

1. Види підприємницької діяльності.

2. Спрощена система оподаткування.

3. Проблеми розвитку підприємництва в Україні.

**ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ, ЩО ВИНОСЯТЬСЯ НА ЗАЛІК**

# Виникнення та еволюція поняття “підприємництв ”

1. Основні функції підприємництва та комплексна характеристика його сучасної сутності
2. Сутність та принципи складання бізнес-плану
3. Сутність та еволюція економічних систем
4. Товарне виробництво – матеріальна основа виникнення підприємництва
5. Підприємницька ідея
6. Визначення переваг створюваного підприємства
7. Засновницькі документи та їх підготування
8. Статутний фонд та його формування
9. Державна реєстрація суб'єктів підприємницької діяльності
10. Основні способи організації власного бізнесу
11. Обмеження підприємництва
12. Припинення діяльності підприємства
13. Економічна свобода – основна передумова розвитку підприємництва
14. Рушійні сили підприємництва
15. Умови та принципи підприємницької діяльності
16. Психологія та етика підприємництва
17. Психологія підприємницького ризику
18. Культура підприємницької діяльності
19. Соціальна відповідальність бізнесу
20. Закони, які управляють поведінкою підприємців-товаровиробників
21. Основні типи та форми власності
22. Основні види підприємств та їх організаційні форми
23. Організаційно-правові форми підприємств та підприємницької діяльності
24. Місце і роль малого підприємництва в економіці
25. Сутність та еволюція маркетингу
26. Види маркетингової діяльності
27. Стратегія, програми та принципи маркетингу
28. Цінова політика підприємств
29. Якість товарів та їх доведення до споживачів
30. Життєвий цикл товару
31. Закономірності створення нових товарів
32. Ринкова символіка товару
33. Сутність та завдання збуту
34. Фінанси підприємства та фінансовий менеджмент.
35. Джерела залучення фінансових ресурсів та процес інвестування
36. Види інвестицій
37. Інвестиційні проекти підприємств та їх ефективність
38. Роль податків у фінансовій системі підприємства
39. Класифікація податків
40. Методи нарахування податків
41. Основні принципи кредитування
42. Лізинг і факторинг
43. Суть факторингу та форфейтингу
44. Кредити та платоспроможність підприємства
45. Основні види акцій
46. Сутність менеджменту
47. Функції менеджменту та форми управління підприємством
48. Етапи та методи прийняття управлінських рішень
49. Принципи та критерії роботи менеджера
50. Сутність та принципи складання бізнес-плану
51. Техніка складання бізнес-плану
52. Структура та зміст бізнес-плану
53. Світова торгівля та зовнішньоекономічна діяльність підприємств
54. Необхідність державного регулювання підприємницької діяльності
55. Правова база підприємництва в Україні

**ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК**

**Аванс** – грошова сума, яку сплачують в рахунок наступних платежів.

**Агент** – посередник між покупцями і продавцями, який у комерційній діяльності виконує також функції брокера, дилера тощо; діє за дорученням і від імені іншої особи в рамках агентської угоди за певну винагороду.

**Актив(и)** – 1) перевищення грошових доходів над видатками; 2) частина бухгалтерського балансу, що відображує у грошовому вираженні всі матеріальні та фінансові цінності, які належать даній юридичній особі з погляду їх складу і розміщення.

**Акциз** – один з найпоширеніших державних непрямих податків на продукти масового попиту (цукор, тютюн, горілку тощо), який стягує з виробників або продавців товарів і переносять на ціну товару та споживача.

**Акціонерне товариство** – форма організації господарських об’єднань, що грунтується на концентрації коштів випуском та продажем акцій. Акціонерне товариство є юридичною особою і відповідає за зобов’язаннями в межах майна, яке йому належить. Відповідальність кожного акціонера обмежується вартістю його акцій. Акціонерні товариства бувають двох типів: приватні, коли акції мають обіг тільки всередині товариства, і не подані на фондовій біржі; публічні акції мають обіг на ринку цінних паперів.

звітності, обліку, його повноти і відповідності законодавству та встановленим нормативам.

**Аудиторська служба (аудит)** – спеціалізована фірма, яка перевіряє стан фінансово-господарської діяльності акціонерних товариств, комерційних банків та інших суб’єктів ринкової економіки на основі укладених з ними угод.

**Аукціон** – продаж з публічних торгів, при якому товари або майно, які продають, купує особа (організація), яка запропонувала за них найвищу плату.

**Банк** – кредитно-фінансова установа, яка здійснює залучення і нагромадження вільних коштів підприємств та організацій (усіх видів власності), населення (пасивні операції), а також емісію грошей (випуск грошей в обіг), випуск цінних паперів, кредитування народного господарства і населення, надання різного роду позичок на умовах платності, зворотності, строковості (активні операції).

**Банкрутство** – боргова неспроможність, неможливість підприємця сплатити за своїми борговими зобов’язаннями через відсутність коштів, неплатоспроможність, фінансовий крах, розорення. Добровільне банкрутство виникає у зв’язку із заявою в суд самого боржника; примусове – при зверненні в суд кредиторів.

**Бартер** – натуральний товарообмін, коли певна кількість одного або кількох товарів замінюють на еквівалентну за ціною кількість іншого (інших) товару. Обмін здійснюють на безгрошовій основі.

доходів над видатками утворює позитивний залишок бюджету. Основним джерелом доходів державного бюджету виступають відрахування від доходів підприємств у вигляді податків, а також на доходи населення.

**Валова продукція** – загальний обсяг продукції, виражений у грошових одиницях, вироблений підприємством за певний період (місяць, квартал, рік).

**Валюта** – грошова одиниця, яку використовують для вимірювання величин вартості товарів; грошова одиниця певної країни (долар США, японська єна, угорський форинт тощо) і той чи той її тип (золота, срібна, паперова).

**Вексель** – письмове боргове зобов’язання встановленої форми, що дає його власнику (векселетримачу) право вимагати від боржника (векселедавця) сплати зазначеної у векселі суми грошей.

**Венчурні підприємства** (англ. Venture – ризик) – «ризикові» фірми, що звичайно здійснюють комерційну апробацію науково-технічних новинок; до них належать, як правило, малі і середні фірми наукомістких галузей економіки.

**Виробнича кооперація** – форма співробітництва, за якої закінчений виробничий цикл здійснюється всіма співпрацюючими партнерами, а кожний з них виконує лише свою частку робіт щодо виробництва певних конструктивних елементів (деталей, вузлів, складальних одиниць) і складання готових виробів.

**Господарська діяльність** – діяльність суб’єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямована на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають ціновий вираз.

**Демпінґ** – продаж товарів за штучно зниженими цінами, значно меншими, ніж їхня собівартість. При високих цінах на внутрішньому ринку продаж товарів на експорт за зниженими (демпінґовими) цінами сприяє витісненню конкурентів і завоюванню зовнішнього ринку.

**Депозит** – 1) кошти або цінні папери, які віддають на тимчасове збереження в кредитні установи (банки, ощадні банки); 2) грошова сума (цінні папери), яку вносить боржник у судові органи для передання кредиторові (внесок за судовим позовом).

**Державний фонд зайнятості** – спеціальний фонд для фінансування заходів, зв’язаних безпосередньо з діяльністю центрів зайнятості населення (проведення профорієнтації, професійного навчання вивільнених працівників та безробітних, виплата тимчасової допомоги по безробіттю; надання безвідсоткової позики безробітним для започаткування підприємницької діяльності; оплати праці працівників служб зайнятості населення).

**Дефолт** – невиконання всіх або частини умов договорів позики. Можуть оголошувати компанії, приватні особи або держави (суверенний Д.), нездатні обслуговувати всі або частину своїх зобов’язань.

**Диверсифікація виробництва** (лат. diversus – різний та facere – робити) – одночасний розвиток кількох або багатьох не зв’язаних технологічно видів виробництва та обслуговування, розширення асортименту продукованих виробів і (або) послуг, що дає можливість фірмі забезпечувати відносну фінансову стабільність, оскільки тимчасові збитки від нерентабельних виробів можуть перекриватися прибутком від інших видів продукції.

**Дистриб’ютори** – посередники, що спеціалізуються на придбанні товарів безпосередньо у виробників та реалізації (розподілі) цих товарів постійним клієнтам.

**Договір** (контракт, угода) – форма закріплення партнерських зв’язків, а саме: предмета договору, взаємних прав і обов’язків, наслідків порушення домовленостей.

**Договір поручительства** – договір, що укладається між трьома сторонами (поручителем, кредитором і боржником) і є доповненням до кредитного договору.

**Договір поставки** – офіційна угода між партнерами (підприємствами, організаціями) на поставку виготовлювачем покупцю продукції в установлений термін, належного асортименту та якості зі своєчасною оплатою споживачем.

**Договір про спільну діяльність** – нескладний документ господарського призначення, згідно з яким організується спільна діяльність без створення для цієї мети юридичної особи.

**Договірна ціна** – ціна, що встановлюється за згодою партнерів (продавців і покупців) з урахуванням основних ринкових чинників.

**Дотація** – державна виплата, яка надається в безповоротному порядку тій або іншій підприємницькій структурі, що зазнала економічної скрути за об’єктивних причин.

**Експорт** – вивезення за межі країни товарів, послуг та капіталу для продажу, щоб отримати дохід.

**Ембарґо** – заборона державною владою ввезення та вивезення товарів або валюти в іншу країну, яку диктують економічні або політичні мотиви.

**Емісія** – випуск в обіг грошей та цінних паперів (акцій, облігацій, депозитних сертифікатів та інших зобов’язань).

**Ефективність інвестиційного портфеля** характеризує формування і використання вартості цінних паперів (акцій, облігацій, ощадних та інвестиційних сертифікатів) за критеріями поточної дохідності або зростання власного капіталу за умови певного рівня підприємницького ризику.

**Ефективність реальних інвестицій** – поняття, що характеризує різнобічне дохідність інвестування. Для оцінки ефективності реальних інвестицій можна використовувати такі основні показники: 1) чистий приведений дохід; 2) індекс дохідності; 3) період окупності; 4) внутрішня норма дохідності.

**Життєвий цикл товару** – складається з п’яти стадій: 1) впровадження; 2) зростання; 3) зрілості; 4) насиченості; 5) спаду. На кожній стадії розв’язують певні завдання, пов’язані з виробництвом та реалізацією товару.

**Зовнішнє середовище** – зовнішні умови та чинники здійснення підприємницької діяльності, що не залежать від фірми (підприємства, організації), але мають бути обов’язково враховані нею (ним) у розробці стратегії її (його) розвитку, бізнес-плану тощо.

**Зовнішня торгівля** – сектор економіки окремої держави, суб’єктами якої є й підприємницькі структури, пов’язані з реалізацією товарів (послуг) на зарубіжних ринках.

**Золотий запас** – резервний фонд золота у зливках і монетах, що належить центральному емісійному банкові або скарбниці країни.

індивідуальними інвесторами для визначення доцільності й ефективності вкладення власного капіталу.

**Інвестиційна програма** – окрема частина реалізованого інвестиційного портфеля фірми. Як правило, інвестиційна дорученням своїх клієнтів. За виконання такої операції банк бере комісійні у встановленому розмірі.

**Інноваційна модель підприємництва** – уявний процес підприємницької діяльності, що передбачає активневикористання нових управлінських рішень задля постійного зростання економічної та соціальної ефективності господарювання.

**Іноземні інвестиції** – довгострокові вкладення капіталу закордонними власниками в різні галузі економіки, реалізація вивозу підприємницького капіталу у країни-реципієнти, створення за кордоном філій або дочірніх підприємств, спільних підприємницьких структур.

**Інтенсифікація ринку** – організаційно-економічні зусилля підприємства, спрямовані на зміцнення своїх позицій на певному ринку здійсненням провідної стратегії маркетингу.

**Інфляція** – переповнення каналів грошового обігу масою надлишкових паперових грошей, що викликає їх знецінювання,зростання цін на предмети першої потреби, зниження валютного курсу, падіння реальної заробітної плати.

**Іпотека** – застава нерухомого майна (землі, виробничих та житлових будівель, споруд тощо) для одержання позики на тривалий строк.

**Іпотечний кредит** – довгострокові позички, що надаються під заставу нерухомості – землі та будівель виробничого і житлового призначення. Такий кредит надають переважно спеціалізовані іпотечні банки. Неповернення заборгованості в строк призводить до втрати нерухомості позичальником.

**Капітал –** сукупність матеріальних та грошових коштів, а також

**Кліринг** – система безготівкових розрахунків за товари, цінні папери та надані послуги заліком взаємних вимог.

**Коефіцієнт загальної ліквідності** – один з важливих показників, що характеризує ступінь покриття поточних зобов’язань за рахунок поточних активів. Він обчислюється діленням поточних активів на загальну суму короткострокових зобов’язань.

**Коефіцієнт фінансової незалежності** – ступінь незалежності підприємства від зовнішніх джерел фінансування.

**Командитне товариство** (франц. commandite— товариство на вірі) – вид господарської організації, яка включає (поряд з учасниками, що несуть відповідальність за зобов’язаннями товариства усім своїм майном) одного або кількох учасників, відповідальність яких обмежується внеском у майно товариства.

**Комерційна тріангуляція** («трикутник») – одна з форм співробітництва (партнерських зв’язків) у сфері товарообміну,за якої у здійсненні бартерних операцій можуть брати участь не дві, а три чи більше сторін, якщо цього вимагає пошук необхідних видів (груп) товарів.

**Комерційний кредит** – кредит, який надають один одному промисловці й торговці у вигляді відстрочки платежу за продані товари.

**Комерційний трансферт** – форма співпраці у сфері фінансових відносин, що використовується в міждержавних відносинах і означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною.

**Комерція** – торговельна діяльність, спрямована на одержання прибутку.

**Конверсія цінних паперів** (лат. conversio – перетворення, зміна) – обмін акцій або облігацій одного типу на цінні папери іншого типу, що емітовані тією самою компанією чи різними підприємницькими структурами в межах країни.

**Конкурентоспроможність продукції** – сукупність споживчих якостей товару, які відображають його відмінність від аналогічного товару (товару-конкурента) за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам і вартістю (ціною).

**Конкуренція** – 1) суперництво, боротьба за досягнення найкращих результатів на будь-якій ниві; 2) боротьба між фірмами (підприємцями) за вигідніші умови виробництва та збуту товарів; 3) боротьба між країнами за джерела сировини, ринки збуту і сфери вкладання капіталу.

**Консалтинґ** – консультування з різних питань.

**Консорціум** – тимчасове статутне об’єднання промислового і банківського капіталу для реалізації певної підприємницької ідеї та досягнення загальної мети (здійснення спільного інноваційно-інвестиційного чи іншого господарського проекту).

**Контрольний пакет акцій** – частка акцій, що зосереджена в руках одного власника і дає можливість здійснювати фактичний контроль за діяльністю акціонерного товариства. Теоретично він має становити понад 50% суми випущених акцій, але на практиці може бути меншим, оскільки не всі акціонери мають право голосу та можливість брати участь у загальних зборах.

**Концерн** – організаційна форма статутного об’єднання різногалузевих підприємницьких структур, що характеризується органічним поєднанням власності та контролю з використанням (найчастіше) принципу диверсифікації виробництва.

**Кредит** – позичка на певний строк у грошовій або товарній формі на умовах повернення і сплати відсотка за користування.

**Кредитна лінія** – згода банку (надається фірмі-позичальнику) здійснювати надання позик у майбутньому в розмірах, що не перевищують обумовлені заздалегідь межі.

**Лізинґ** – договір на право користування устаткуванням та майном на основі орендних відносин.

**Ліквідність підприємства** – спроможність підприємства своєчасно розраховуватися за зобов’язаннями або можливість перетворення статей активу балансу на гроші для оплати зобов’язань.

**Ліцензія** – спеціальний дозвіл, який отримують від державних органів на ввезення – вивезення або транзит певних товарів.

**Ломбарди** – кредитні установи, що позичають гроші під заставу рухомого майна (предметів особистого користування і домашнього вжитку).

**Лот** – неподільна партія товарів, що виставляється на аукціон; одиниця торговельних угод на біржах (наприклад 100 акцій).

**Мале підприємництво** – це самостійна, систематична, інноваційна діяльність певних суб’єктів господарювання незалежно від форми власності, на власний ризик з метою задоволення потреб споживача та отримання економічного інтересу.

**Мале підприємство** – підприємство, фірма будь-якої галузі господарства з невеликою кількістю штатних працівників.

**Малий бізнес** – малі фірми, що функціонують в умовах ринку в різних сферах суспільного виробництва. Характеризується невеликими обсягами виробництва (робіт, послуг) та кількістю зайнятих.

**Міжнародна підприємницька діяльність** – це спільний бізнес у сфері практичної реалізації форм міжнародних економічних відносин.

**Міжнародна торгівля** – об’єднує зовнішні сектори національних економік. Пов’язана зі світовими ринками і яку реґулюють міжнародні економічні організації.

**Мотивація** – спонукальна причина, привід до будь-якої дії.

Нематеріальні активи – цінності, які не є фізичними об’єктами, але мають вартісну оцінку (патенти, ліцензії, «ноу-хау», товарні знаки тощо) та є в розпорядженні підприємства (фірми).

**Ноу-хау** (знаю як) – система різних знань науково-технічного, економічного, правового характеру, практично потрібних для певної діяльності, але таких, що не стали загальним надбанням. Передавання, обмін і поширення ноу-хау здійснюють на комерційній основі укладанням ліцензійних договорів.

**Об’єкти інвестування** – реальні інвестиційні проекти, об’єкти нерухомості, різноманітні фінансові інструменти (насамперед інструменти фондового ринку), що є предметом інвестування.

**Облігація** – вид цінного паперу (на пред’явника), за яким її власникові сплачують щорічний доход, розмір якого заздалегідь встановлено у формі певного відсотка до номінальної вартості облігації.

**Оборотний капітал** (оборотні активи) – сукупність коштів фірми, вкладених в оборотні фонди та фонди обігу, що забезпечують безперервний процес виробничо-господарської і комерційної діяльності та повністю споживаються протягом виробничого циклу.

**Оборотні кошти** – кошти, що постійно перебувають в русі й переносять повністю свою вартість на знову створений продукт.

**Одноосібне володіння** – підприємство, власником якого є фізична особа або сім’я. Вона отримує певний прибуток (дохід), але несе весь тягар господарського ризику від ведення власного бізнесу.

**Онкольний кредит** – короткостроковий кредит, що повертається позичальником на першу вимогу банку.

**Опціон** – угода, в якій одна сторона надає іншій право купити або продати фінансовий інструмент (акція, облігація, ф’ючерсний контракт, відсоткова ставка, іноземна валюта). Інша сторона виплачує певну суму за купівлю або продаж за фіксованою ціною, не беручи на себе зобов’язання здійснити цю угоду.

**Організаційна структура управління** – це форма системи управління, яка визначає склад, взаємодію та підпорядкованість її елементів (виробничих і управлінських підрозділів).

**Оренда** (лат. arrendare – позичати на обумовлений термін) – надання майна в тимчасове користування за певну плату.

**Основний капітал** (основні активи) – сукупність грошових коштів фірми, вкладених в основні фонди (технічні засоби виробництва), що тривалий час беруть участь у процесах виробничої і комерційної діяльності та переносять на продукцію (послуги) свою вартість частинами – внаслідок щорічних амортизаційних відрахувань.

**Оферта** – офіційна письмова комерційна пропозиція, спрямована потенційному покупцеві, про продаж товару на певних умовах.

**Офшор** – фінансовий інститут, який надає спеціальні податкові та інші пільги іноземним компаніям, зареєстрованим у країні розташування.

**Паблик рилейшнз** – сукупність методів та форм відносин, зв’язків з громадськістю. Є складовою частиною реклами і маркетингу.

**Період окупності інвестицій** – один з показників ефективності інвестицій, що характеризує термін (кількість років або місяців), за який вони повністю окупаються; його розраховують діленням загальної суми інвестицій на середньорічний грошовий потік, приведений до теперішньої вартості.

**Повне товариство** – вид господарської організації, всі учасники якої здійснюють спільну підприємницьку діяльність і несуть відповідальність за зобов’язаннями товариства усім своїм майном.

**Податок** – обов’язковий платіж, який стягує держава або від імені держави з підприємств та населення у встановленому законодавством порядку.

**Позика** – договір, за яким одна сторона передає у власність або оперативне управління іншій стороні гроші або матеріальні цінності, а позичальник зобов’язується повернути одержані суми й цінності на умовах, обумовлених у договорі.

**Попит** – сукупність платоспроможних потреб населення на споживчі товари та послуги.

**Посередники** – фізичні або юридичні особи, що представляють на ринку інтереси виробників чи споживачів, не будучи такими.

**Постачальник** або **вендор** (англ. vendor) – будь-яка юридична (організація, підприємство, установа) або фізична особа, що поставляють товари або послуги замовникам. Постачальник здійснює підприємницьку діяльність відповідно до умов укладеного договору поставки, який є одним з видів договору купівлі-продажу.

**Поточний рахунок** – рахунок у банку юридичної або фізичної особи, що служить для зберігання коштів і здійснення розрахунків.

**Початковий (стартовий) капітал** – капітал, що вкладається у будь-яку власну справу з самого початку практичної реалізації підприємницького проекту або на початковій стадії підприємницької діяльності взагалі.

**Премія за низьку ліквідність** – додатковий дохід, виплачуваний (або передбачений до виплати) інвестору з метою відшкодування його ризиків, що зв’язані з низькою ліквідністю об’єктів інвестування. Розмір премії залежить від рівня ліквідності інвестицій.

**Премія за ризик** – додатковий дохід (премія), виплачуваний (або передбачений до виплати) інвестору за той рівень інвестицій, що перевищує безризиковий. Розмір цієї премії залежить від рівня ризику і визначається за допомогою моделі «лінії надійності ринку».

**Прибутковість інвестицій** – показник, який характеризує відношення середньорічної суми чистого прибутку (балансового прибутку за мінусом обов’язкових платежів із загальної його суми) до обсягу інвестицій. Він відбиває роль прибутку у формуванні загальної дохідності інвестицій.

**Прибуток** – кінцевий фінансовий результат діяльності підприємства, який визначається як різниця між виручкою і витратами.

**Прогресивні податки (ставки)** – це податки, ставки і розмір яких збільшується із збільшенням обсягу об’єкта оподаткування.

**Продуктивність праці** – кількісне відношення обсягу (маси) отриманого продукту до праці, затраченої на її виготовлення. Вимірюється кількістю продукції на одиницю часу (виробітком) або витратами часу на одиницю продукції (трудомісткістю).

**Проектне фінансування** – форма партнерських зв’язків у сфері виробництва, за якої: а) одна із сторін бере на себе зобов’язання фінансувати реалізацію проекту іншого партнера; б) одна сторона, що має власний розроблений проект, пропонує його іншій стороні, реалізує і фінансує.

**Пропозиція** – сукупність товарів, що перебувають на ринку, або здатних бути поставленими туди.

**Реальні інвестиції** – вкладення капіталу у реальні матеріальні і нематеріальні (інноваційного характеру) активи підприємства.

**Реінвестиції** – повторні додаткові вкладення коштів, одержаних як дохід від інвестиційних операцій.

**Реклама** – спеціальна інформація про осіб чи продукцію, яку розповсюджують в будь-якій формі і в будь-який спосіб для прямого або опосередкованого одержання прибутку.

**Реновація** – економічний процес оновлення елементів основних виробничих фондів, що вибувають внаслідок фізичного (матеріального) спрацьовування та техніко-економічного старіння.

**Рентабельність** – відносний показник ефективності роботи підприємства.

**Реципієнт** – фізична або юридична особа чи держава, що отримує будь-які інвестиції та інші інвестиційні ресурси.

**Селенг** – один з видів позичкових джерел фінансування інвестицій, сутність якого полягає у передачі (делегуванні) власниками (юридичними і фізичними особами) прав щодо користування і розпорядження їхнім майном за певну плату.

**Сегментація ринку** – поділ ринку на окремі сектори (сегменти) за різними ознаками.

**Сертифікат якості** – документ, що підтверджує якість товару відповідно до укладеного договору (контракту).

**Сертифікація продукції** – важливий елемент системи управління якістю продукції, що полягає в її оцінюванні з обов’язковим документальним оформленням – видачею сертифіката.

**Собівартість продукції** – поточні витрати підприємства на виробництво продукції, що відбиваються у грошовій формі.

**Спільне підприємство** – форма співробітництва партнерів, які об’єднують капітал для здійснення спільної виробничої діяльності, управління і розподілу прибутку пропорційно вкладеному капіталу.

**Стартова ціна** – початкова ціна, що встановлюється власником товару і аукціоністом (організатором). З цієї ціни розпочинається торг під час проведення аукціону.

**Статут підприємства (фірми)** – письмовий юридичний документ, який розробляється і затверджується його (її) засновниками та регулює всі сторони діяльності.

**Статутний фонд** – сукупність матеріальних ресурсів та коштів, що надається засновником у постійне розпорядження підприємства чи організації.

**Стратегічне планування** – процес ухвалення управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптація компанії до умов зовнішнього середовища, внутрішньої організації.

**Стратегія диференціювання** – один з різновидів стратегії зростання фірми через зростання ступеня охоплення ринку.

**Стратегія підприємства (фірми**) – комплексна програма дій (заходів), яка має забезпечити досягнення її численних цілей у передбачуваному тривалому періоді.

**Стратегія фокусування** – різновид стратегії зростання фірми, в основу якої покладено ідею про об’єктивно існуючу сегментність будь-якого ринку.

**Субвенція** – вид грошової допомоги місцевим органам влади з боку держави; на відміну від дотації, спрямовується на фінансування певного заходу і підлягає поверненню у випадку порушення цільового використання.

**Субсидія** – вид допомоги, як правило, грошової, яку надає кому-небудь держава або юридична особа без жодних умов.

**Субститути** – товари, здатні певною мірою заміняти один одного завдяки тому, що виконують аналогічні функції, задовольняють ті ж потреби.

**Тарифна угода** – договір між представниками сторін переговорів з питань оплати праці та соціальних гарантій.

**Тендери** – міжнародні торги, що грунтуються на конкурсному розміщенні замовлень на устаткування або залучення підрядників для будівництва великих об’єктів з включенням інжиніринґових послуг.

**Тіньова економіка** – функціонування протизаконних (незареєстрованих) підприємств, фірм, окремих виробничих підрозділів, підпільної внутрішньої і міжнародної торгівлі, а також протизаконне проведення грошово-кредитних операцій, здійснення підприємницької діяльності з метою отримання надприбутків, будь-якої матеріальної вигоди, а в деяких випадках досягнення політичних намірів.

**Товар** – продукт праці (виріб, послуга), призначений для купівлі – продажу, який задовольняє потребу підприємств або населення.

**Товариство з додатковою відповідальністю** – вид господарської організації, статутний фонд котрої розділений на частини, розмір яких визначається установчими документами.

**Товариство з обмеженою відповідальністю** – організація, створювана на основі угоди між юридичними особами та (або) громадянами шляхом об’єднання їхніх внесків задля досягнення загальних цілей.

**Товарна біржа** – організаційне утворення, яке спеціалізується на оптовій торгівлі насамперед масовими товарами, що мають чіткі та стійкі якісні параметри.

**Товарний знак** (знак обслуговування) – оригінальна позначка (ім’я, термін, рисунок або їхнє сполучення), яка має правовий захист і призначена для ідентифікації товарів (послуг).

**Торгівля** – форма обміну продуктами праці та послугами; процес купівлі – продажу товарів.

**Точка беззбитковості** – обсяг або рівень операцій, при якому сукупний дохід дорівнює сукупним витратам, тобто це точка нульового прибутку або нульових збитків.

**Трансфер технологій** – процес передачі навичок, знань, технологій, методів виробництва, зразків виробництва і складових об’єктів технологій між урядами та іншими установами з метою забезпечення науково-технічного прогресу.

**Трансферт прибутку** – процедура репатріації (повернення на батьківщину) прибутку іноземного інвестора.

**Трансфертні платежі** – це невідплатні і безповоротні платежі, які не є платою за придбані товари чи послуги, наданням кредиту або виплатою непогашеного боргу.

**Траст** – компанія, що інвестує свої та залучені кошти в різноманітні об’єкти народного господарства країни.

**Трудові ресурси** – частина працездатного населення, що за своїми віковими, фізичними, освітніми даними відповідає тій чи тій сфері діяльності.

**Управління** – цілеспрямований тиск на організовану систему, який забезпечує збереження її певної структури, підтримку режиму та мети діяльності.

**Фірма** – загальна назва підприємств первинних господарських ланок у ринковій економіці, що переслідують у своїй діяльності мету отримання прибутку.

**Фондова біржа** – спеціалізований центр з купівлі-продажу цінних паперів.

**Форс-мажор** – обставини (пожежа, стихійне лихо, війна, блокада тощо), в разі виникнення яких виконання зобов’язань будь-якою із сторін виявляється повністю або частково неможливим.

**Франчайзинґ** – система договорів, що грунтується на наданні великою фірмою малому підприємству свого фірмового знака (торговельної марки), послуг з маркетингу, реклами, надання права на виробництво та (або) збут продукції (послуги) з практичною допомогою у справі організації та управління бізнесом в обмін на зобов’язання підприємства продавати продукцію фірми.

**Функції управління** – певний вид діяльності людей з управління підприємством. Розрізняють такі функції: планування, організацію, мотивацію і контроль.

**Функціональні стратегії підприємництва** – різновиди стратегії підприємництва залежно від його функціональної діяльності.

**ФункціональноAвартісний аналіз** (ФВА) – один з методів прогнозування і забезпечення високого рівня техніко-економічних показників.

**Ціна пропонування** – офіційне пропонування продавця (без знижки), що зафіксоване в оферті.

**Ціна роздрібна** – ціна, за якою товари продаються споживачам уроздріб; вона складається з витрат виробництва, прибутку виробничих і збутових організацій, податку на додану вартість.

**Чистий приведений дохід** – один з важливих показників оцінки ефективності реальних інвестицій; визначається як різниця між приведеним до теперішньої вартості грошовим потоком та сумою інвестованих коштів.

**Чисті інвестиції** – сума валових інвестицій, зменшених на величину амортизаційних відрахувань і призначених для розширеного відтворення основних фондів (активів) фірми.

**Юридична особа** – суб’єкт цивільного права, що відповідає певним вимогам чинного законодавства.

**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

1. Акіліна О. В. Основи підприємництва / О. В. Акіліна, В. Г. Пасічник. – К.: ЦНЛ, 2006. –176 с.
2. Алолій В. В. Організація і технологія надання послуг: навч. посіб. / За заг. ред. В. В. Алолія. – К: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
3. Андрушків Б. М. Основи організації підприємницької діяльності або абетка підприємця: [навчальний посібник] / Б. М. Андрушків, Ю. Я. Вовк, В. В. Гецько та ін. – Тернопіль: Вид. ТНТУ, 2010. – 300 с.
4. Антошкіна Л. І. Як організувати власний бізнес: Посібник для початкового підприємця / Л. І. Антошкіна, Л. М. Каліна. – К.: Негатайп, 2001. – 160 с.
5. Ануфрієва О. Л. Підприємницька діяльність. Навчальний посібник. / О. Л. Ануфрієва, Т. Г. Пальчевська, Г. М. Лагоцька. – Івано-Франківськ, «Лілея-НВ», – 2014. – 304 с.
6. Варналій З. С. Основи підприємництва: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2002. – 293 с.
7. Васенко В., Комісар С., Малікова І. Основи малого бізнесу і підприємницької діяльності. – Суми: ВАТ СОД, 2002. – 186 с.
8. Виноградська А. М. Основи підприємництва: навчальний посібник. – К.: Кондор, 2008. – 544 с.
9. Вінник О. М. Інвестиційне право: навчальний посібник– 2-ге вид., перероб. та доп. / О. М. Вінник. – К.: Правова єдність 2009. – 616 с.
10. Горленко Г. О. Власна справа ( Основи малого бізнесу). Част. І [Методичний посібник] [3-ге вид., перероб. та доп.] / Г. О. Горленко, Т. Г. Гільберг, Г. Д. Думанська та ін. – К-Под-й: «Аксіома», 2009 – 112 с.
11. Дайновський Ю. А. Теорія і практика формування банку прийомів бізнесу [Монографія] / Ю. А. Дайновський, М. А. Козоріз та ін. – Львів: Каменяр, 1998. – 208 с.
12. Дмитренко Г. А. Економічні і правові аспекти ефективного управління персоналом організації / Г. А. Дмитренко //Економіка та управління. – 2010. – No4. С. 15–20
13. Дмитренко Г. А. Школа синергетичного ефекту «2+2=5» для підготовки успішних менеджерів // Теорія та методика управління освітою: електронне наукове фахове видання. – 2010. No3. Режим доступу до журн.: http://tme.umo.edu.ua/.
14. Добротворский И. Л. Искусство войны в бизнесе. Стратегия и тактика / И. Л. Добротворский. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2003. – 336 с.
15. Додонова І. В., Мартишевская С. М. Основи підприємницької діяльності: навчальний посібник. – Ставрополь: 2010.
16. Донець Л. І., Романенко Н. Г. Основи підприємництва. Навчальний посібник. – К.: ЦНЛ, 2006. – 320 с.
17. Дороніна М. С. Культура спілкування ділових людей / М. С. Дороніна. – К.: Вид-во «КМ Academia». – 1997. – 192 с.
18. Закон України «Про власність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/697-12>
19. Закон України «Про господарські товариства» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1576-12>
20. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>
21. Закон України «Про інвестиційну діяльність» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
22. Закон України «Про підприємництво» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/698-12>
23. Закон України «Про підприємства в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/887-12>
24. Колот В. М. Підприємництво: організація, ефективність, бізнес-культура: навч. посіб. [2-ге вид., перероб. та доп.] / В. М. Колот, І. М. Рєпіна, О. В. Щербина – К.: КНЕУ, 2009. – 444 с.
25. Конституція України.
26. Ларіна Я. С. Основи бізнесу: навч. посіб. / Я. С. Ларіна, С. В. Мочерний, В. М. Фомішина, С. І. Чеботар. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 384 с.
27. Макеева В. Г. Культура предпринимательства: Учебное пособие для студ. вузов, обуч. по экон. спец. / В. Г. Макеева. – М.: Инфра-М, 2002. – 217 с.
28. Максимов Б В. Психология бизнеса и предпринимательства: Учебное пособие / Б В. Максимов. – К.: ИД»Профессионал», 2005. – 256 с.
29. Положення про державну реєстрацію суб'єктів підприємницької діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/> show/ 276-94-% D0%BF
30. Полянко В. В. Основи підприємництва: Навчальний посібник / В. В. Полянко, А. В. Круглянко. – К.: Дакор, КНТ, 2008. – 176 с.
31. Самоукин А. И. Теория и практика бизнеса: Учебно-практ. пособие / А. И. Самоукин, А. Л. Шишов. – М.: Русская Деловая Лит-ра, 1997. – 320 с.
32. Сизоненко, В. О. Сучасне підприємництво [Текст]: довідник / В. О. Сизоненко. – К. : Знання-Прес, 2007. – 440 с.
33. Тирпак І. В. Основи економіки та організації підприємництва: навч. посіб. / І. В. Тирпак, В. І. Тирпак, С. А. Жуков. – К.: Кондор, 2011. – 284 с.
34. Фінанси підприємств: Підручник/За ред. проф. А.М. Поддєрьогіна. - К.: КНЕУ, 1998. – 368 с.
35. Шевеленко С. Д., Федів І. І. Підприємництво та підприємницька діяльність: Навч. посібник / За заг. ред. В.В. Сопка. - К.: Вища школа, 1997. – 224 с.

Навчальне видання

**О. М. Владимир**

**ОСНОВИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

навчально-методичний посібник

Редактор – Л.І. Єросова

Комп’ютерний набір і верстка – І.В. Марченко

Дизайн обкладинки – Б.В. Борисов

Підписано до друку 11.09.2014 Формат 60×90 1/16.

Папір офсетний. Умов. друк. арк. 4,5.

Тираж 150 прим. Замовлення №214-2014.

\* \* \* \* \*

Друк Пп. Цимбал Л. Є.

Свідоцтво про реєстрацію № 926951 від 30.07.2009 р.

м. Тернопіль, просп. С. Бандери, 15.

тел. (0352) 52-52-50.